

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการเลือกตั้ง เป็นกลไกสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน การไปใช้สิทธิเลือกตั้งทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมของประเทศ มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในความสามารถของตนเองและเพื่อนมนุษย์ว่าสามารถตัดสินใจเลือกรัฐบาล เลือกรูปแบบการปกครอง วิธิตำหนิการปกครอง ระบบเศรษฐกิจเพื่อประโยชน์ของตนเองได้¹ นอกจากนี้การเลือกตั้งได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยไปเสียแล้ว ผู้ปกครองประเทศทั้งหลายต่างก็พยายามจะเชื่อมโยงอำนาจทางการเมืองของตนเข้ากับกระบวนการเลือกตั้งเสมอ

นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์คนหนึ่งกล่าวถึงความสำคัญของความสำคัญของการเลือกตั้งอย่างน่าสนใจว่า

"...ความสำคัญของการเลือกตั้งนั้นไม่ได้หาความจำกัดอยู่เฉพาะแค่การที่ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งไปใช้สิทธิของตนหย่อนบัตรลงคะแนน เพื่อเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนราษฎรหรือผู้บริหารในตำแหน่งหนึ่งตำแหน่งเท่านั้นจริงอยู่เมื่อผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งไปใช้สิทธิที่หน่วยเลือกตั้งของตนนั้น แม้ว่าโดยทฤษฎีแล้วเขาจะต้องกระทำการโดยอิสระและโดยลำพัง แต่ตามสภาพความเป็นจริงของสังคมแล้ว

¹ กระมล ทองธรรมชาติ, สมบูรณ์ สุขสำราญ และปรีชา หงษ์ไกรเลิศ, การเลือกตั้งพรรคการเมืองและเสถียรภาพของรัฐบาล (กรุงเทพมหานคร : มาสเตอร์เพรส, 2531) หน้า 6.

ปรากฏการณ์ที่ประชาชนผู้มีสิทธิในประเทศไปใช้สิทธิออกเสียงลงคะแนนคราวละมาก ๆ หรือมี ๆ กันนั้น เป็นแต่เพียงผลพวงขั้นสุดท้ายของกระบวนการทางการเมืองของสังคมนั้นทั้งสังคมมากกว่า..."²

คำกล่าวดังกล่าวสอดคล้องในความหมายเดียวกับที่ สุจิต และพรศักดิ์ พบคือ "การไปลงคะแนนเสียงเป็นเรื่องของการทำตามหน้าที่ โอกาสที่จะถูกชักจูงไปลงคะแนนเสียงจึงเป็นไปได้ง่าย การมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงเป็นไปในแบบที่ถูกระดม (mobilized participation)"³

การระดมในรูปของการกระตุ้นคนมาลงคะแนนเสียง เลือกตั้งที่มีทั้งฝ่ายเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลและจากผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น ดูจะไม่ให้ความสำคัญต่อประชาชนผู้ลงคะแนนเสียงมากนัก เพราะกระบวนการดังกล่าวเป็นเพียงผลพวงขั้นสุดท้ายของกระบวนการทางการเมืองเท่านั้น ผู้ลงคะแนนเสียงบางคนอาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าตนลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครคนไหนแล้ว มีความสำคัญอะไรเกิดขึ้นกับตนบ้างในระยะยาว ทราบแต่เพียงว่าตนพึงพอใจกับผลประโยชน์บางอย่างที่ถูกหยิบยื่นให้ในกระบวนการระดมเท่านั้นเอง

หากขยายความหมายของกระบวนการระดมดังกล่าวข้างต้น มักจะรู้จักกันในนามของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั่นเอง การรณรงค์หาเสียงนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²สมบัติ จันทรวงศ์, การเมืองเรื่องการเลือกตั้ง ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2529 (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530) หน้า 1.

³สุจิต บุณยบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการณ์ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย. หน้า 241.

โดยปกติเป็นเรื่องของผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยตรงว่าจะมีวิถีคิดที่จะทำให้นตนเองได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งเข้าไปเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การวางยุทธศาสตร์ในการเข้าถึงประชาชน การประเมินว่าอะไรเป็นปัจจัยสำคัญ ตั้งแต่เรื่องของความนิยมในตัวบุคคล ๆ การวางแผน การจัดตั้งหัวคะแนน และการใช้เงินซื้อเสียง ปัจจุบันปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกตั้งจะมีมากขึ้น มิใช่ใช้เพียงแค่บุคลิกภาพและความดีส่วนตัวแต่เพียงอย่างเดียว ยังจะต้องมีปัจจัยเรื่องการใช้เงิน การจัดตั้งหัวคะแนน และการจัดองค์การบริหารเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมาเป็นส่วนประกอบด้วย

ประเด็นที่ต้องกล่าวถึงให้มากก็คือ การซื้อเสียงในการเลือกตั้ง ซึ่งมีมานานและยิ่งแพร่หลายจนเป็นเรื่องที่น่ากลัวในทุกวันนี้ บทบาทของเงินในการเลือกตั้ง เป็นเรื่องที่ยากจะปฏิเสธได้ แต่การใช้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการ "จ้าง" หรือ "ระดม" ผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้ไปลงคะแนนเสียงให้กับตน หรือลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครคนอื่น ซึ่งนับว่าเป็นการซื้อเสียงโดยตรง หรือการสัญญาว่าจะให้ หรือแจกลสิ่งของเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นคะแนนเสียงนั้น เป็นสิ่งที่ไม่สมควรและนับเป็นอันตรายต่อกระบวนการเมืองทั้งระบบ ซึ่งขอบเขตของงานวิจัยชิ้นนี้จะมองเฉพาะพฤติกรรมของผู้ลงคะแนนเสียง เมื่อถูกซื้อเสียงด้วยเงินหรือสิ่งของอื่น ๆ ว่าจะมีผลอย่างไรเท่านั้น

บทบาทของเงินกับการเลือกตั้ง

ในการเลือกตั้งนั้นเราปฏิเสธไม่ได้ว่าเงินมีบทบาททั้งโดยตรงและทางอ้อม บทบาทที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด ได้แก่การใช้เงินในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งในแต่ละครั้งนั้นผู้สมัครแต่ละคนจะต้องใช้เงินในการดำเนินกิจกรรมการหาเสียงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าพิมพ์ป้ายโฆษณา แผ่นปลิว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปหาเสียงตามหมู่บ้านต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดู หรือ ค่าจ้างหัวคะแนน ตลอดจนการซื้อที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือซื้อเวลาโฆษณาในวิทยุ และโทรทัศน์ ก็จำเป็นที่จะต้องใช้

เงิน ผู้สมัครบางคนยอมเสียเงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นในเขตเลือกตั้งของตน เช่น สร้างหรือซ่อมวัด โรงเรียน สะพาน และเส้นทางคมนาคมต่าง ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในงานสังคมเพื่อเสริมสร้างบารมีของตน เช่น งานมงคลสมรส งานบวช งานทอดผ้าป่า งานเลี้ยงวันเกิด เป็นต้น นอกจากนั้นผู้สมัครอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายในรายการอื่น ๆ อีกในระยะเวลาก่อนวันลงคะแนนเสียง ทั้งนี้เนื่องจากผู้สมัครมีแนวโน้มต้องหาทางประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาตัวเองด้วยเทคนิคใหม่ ๆ หรือวิธีการหาเสียงแบบ "ไฮเทค" เพื่อไม่ให้ซ้ำกับคู่แข่ง และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะได้คะแนนเสียงมากขึ้น

เงินกับกระบวนการหาเสียงข้างต้นนี้ เรารู้จักในนามของ "ค่าใช้จ่ายในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง" ซึ่งได้มีการยอมรับอย่างเป็นทางการ กล่าวคือ กฎหมายการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกำหนดจำนวนค่าใช้จ่ายอย่างแน่นอนตายตัว พ.ร.บ. การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2522 มาตรา 32 บัญญัติว่า

"...เมื่อได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกา การให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในเขตเลือกตั้งใด ผู้สมัครแต่ละคนจะใช้จ่ายเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั้งหมดเกินสามแสนห้าหมื่นบาทไม่ได้ ทั้งนี้ไม่รวมค่าธรรมเนียม ค่าสมัคร ค่าใช้จ่ายในพรรคหนึ่งให้รวมถึงบรรดาเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดจ่าย หรือรับว่าจะจ่ายแทน หรือนำมาใช้จ่ายโดยไม่คิดค่าตอบแทน เพื่อประโยชน์ในการหาเสียงเลือกตั้งในกรณีทรัพย์สินมาให้ใช้ ให้คำนวณตามอัตราค่าเช่า หรือค่าตอบแทนตามปกติในท้องถิ่นนั้น..."⁴

⁴ วิจิตรา พึ่งลัดดา (ผู้รวบรวม), รัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524), หน้า 75.

ตามปกติในนาประเทศที่เป็นประชาธิปไตยก็ได้ออกกฎหมายจำกัดจำนวนเงินค่าใช้จ่ายของผู้สมัครรับเลือกตั้งไว้เช่นกัน

การยอมรับบทบาทของเงินดังกล่าวแทบจะไม่มีปัญหาแต่อย่างใด ถ้าเงินนั้นถูกนำไปใช้ในทางที่ควรจะเป็น แต่ในทางปฏิบัติแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่มักใช้จ่ายเงินเกินกว่าที่กฎหมายอนุญาตทั้งสิ้น เจอรัลด์ แอล เคอติส (Gerald L. Curtis) ได้ศึกษาการเลือกตั้งของผู้บุนในปี ค.ศ. 1967 พบว่า พรรคเสรีประชาธิปไตยได้ให้ความช่วยเหลือผู้สมัครรับเลือกตั้งในสังกัดพรรคการเมืองของตนถึงคนละ 3,000,000 เยน ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่มากกว่ากฎหมายกำหนด นอกจากนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งยังได้รับเงินสนับสนุนจากกลุ่ม (faction) ภายในพรรค ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนที่ใหญ่ที่สุดอีกประมาณคนละ 5,000,000 เยน โดยเฉลี่ยการบริจาคเงินจากผู้นำกลุ่ม (faction leaders) ต่าง ๆ อีกมาก

สำหรับในสหรัฐอเมริกา นั้น ปรากฏว่า มีกฎหมายกำหนดจำนวนเงินค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งไว้เหมือนกัน กล่าวคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งประธานาธิบดี จะใช้จ่ายเงินในการหาเสียงเลือกตั้งเกินกว่า 20,000,000 เหรียญไม่ได้ ส่วนสมาชิกวุฒิสภา และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จะเกินกว่า 700,000 เหรียญไม่ได้เช่นกัน แต่ในทางปฏิบัตินั้นย่อมมีการใช้จ่ายเงินเกินกว่าความเป็นจริงมาก เฮอร์เบิร์ต อี. อเล็กซานเดอร์ (Herbert E.

⁵ Gerald L. Curtis, Election campaigning Japanese style (New York : columbia University Press, 1971), pp. 232-238.

Alexander)⁶ ได้ศึกษาพบว่า ในการเลือกตั้งชิงตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ในปี 1976 ระหว่างนายจิมมี คาร์เตอร์ ผู้สมัครในนามของพรรคเดโมแครท และนายเจอร์รี ฟอร์ด ผู้สมัครในนามพรรครีพับลิกัน ปรากฏว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสองคนต่างก็ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลกลางเป็นเงินคนละ 20,000,000 เหรียญ ซึ่งหมายความว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสองคนจะรับเงินสนับสนุนจากแหล่งอื่นไม่ได้ ซึ่งตามข้อเท็จจริงแล้ว ย่อมเป็นไปได้เลย เพราะพรรคการเมืองต้นสังกัดยังสามารถรับความช่วยเหลือด้านการเงินจากแหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ได้อีกถึง 3,000,000 เหรียญ

นอกจากนี้เขายังได้ศึกษาการใช้จ่ายเงินในการหาเสียง โดยพบว่าในการเลือกตั้งในปี 1965 ผู้สมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งทางการเมืองทุกตำแหน่ง ใช้จ่ายเงินหาเสียงเป็นจำนวนมากถึง 165,000,000 เหรียญ และอาจสูงถึง 175,000,000 เหรียญทีเดียว

เงินจำนวนมหาศาลที่หมดไปในการหาเสียงนั้น มีคำถามที่น่าสนใจยิ่งคือ เมื่อแจกจ่ายค่าใช้จ่ายแล้ว เงินส่วนใหญ่ออกไปใช้ในทางใดมาก เคอติส (Curtis) แสดงความคิดเห็นว่า เงินค่าใช้จ่ายเพื่อการเลือกตั้งในที่ป่านั้น มีใช้เป็นการซื้อเสียงแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ส่วนใหญ่อจะจ่ายให้กับหัวคะแนนและผู้ร่วมรณรงค์ในการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเขามีความคิดเห็นว่า ไม่ใช่การหาสินบนหรือการซื้อขายคะแนนเสียง ทั้งนี้เนื่องจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จำเป็น

⁶Herbert E. Alexander, Financing politics (Washington, D.C. : Congressional Quarterly Press, 1980), pp.100-103.

ที่จะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก ค่าใช้จ่ายในการเลือกตั้ง จึงครอบคลุมดัง
รายการต่อไปนี้

1. ค่าตอบแทนสำหรับหัวหน้า และผู้ร่วมในการปฏิบัติงานใน
การรณรงค์หาเสียง
2. ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สำหรับหัวหน้า และผู้ร่วมในการปฏิบัติงาน
ในการรณรงค์หาเสียง
3. รางวัลตอบแทนผู้นำท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ ที่ช่วยเหลือในการ
หาเสียงเลือกตั้ง
4. ค่าใช้จ่ายในการจัดเลี้ยงอาหาร และ เครื่องดื่มต่าง ๆ สำหรับ
หัวหน้าและผู้นำท้องถิ่นและผู้นำชุมชนต่าง ๆ⁷

ในกรณีการเลือกตั้งของไทย สุจิต บุญบงการ พบว่า เงินที่ใช้จ่ายใน
การหาเสียงไม่มีทางไม่เกินวงเงิน 350,000 บาท ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่ง
นอกจากจะเป็นค่าใช้จ่ายในการสร้างองค์การหาเสียง ตลอดจนวิธีการหาเสียงที่
มีประสิทธิภาพแล้ว การใช้เงินซื้อเสียงยังเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายซึ่งการทุ่ม
เงินซื้อเสียงจะมีมากในเขตที่ผู้สมัครเสียงไม่ดี มีเวลาหาเสียงน้อย และมุ่งไปสู่
กลุ่มเป้าหมายที่ชอบนอนหลับทับสิทธิ์ และมีการศึกษาน้อย⁸

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁷Curtis, Election campaigning Japanese style, pp.
236-238.

⁸สุจิต บุญบงการ, การใช้งบประมาณการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง อ้างถึงใน
จะแก้ปัญหาการซื้อเสียงเลือกตั้งได้อย่างไร (กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายการพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช, 2534), หน้า 105.

บทบาทและความสำคัญของเงินต่อการหาเสียงเลือกตั้งดังกล่าว ทำให้ นักรัฐศาสตร์สหรัฐคนหนึ่งศึกษาเรื่องการใช้เงินในการเลือกตั้งในสหรัฐฯ ถึงกับ กล่าวไว้ว่า "การเมือง เป็นกีฬาของคนที่มีเงิน"⁹ หากเปรียบเทียบในกรณีของคน ไทย ความรู้สึกเช่นนี้ไม่แตกต่างกันมากนัก จากการไม่สามารถระบุได้อย่าง แน่นนอนว่า ผู้ที่มีเงินเท่านั้นที่จะชนะการเลือกตั้ง แต่เราอาจกล่าวได้ว่า เงินทำ ให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบในหมู่ผู้สมัครรับเลือกตั้งมากขึ้นทุกที ไม่ว่าจะเขต เลือกตั้ง จะใหญ่หรือเล็กก็ตาม

แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้เงินซื้อเสียงเลือกตั้ง

ในขณะที่การเลือกตั้งในประเทศไทยมีมาอย่างต่อเนื่องมากขึ้น ปรากฏ ว่าได้มีการกล่าวถึงการใช้จ่ายเงินซื้อเสียงในการเลือกตั้งมากขึ้นทุกขณะ แม้จะ ไม่มี ตัวเลขสถิติยืนยันว่าการใช้จ่ายเงินซื้อเสียงในการเลือกตั้ง ได้เพิ่มมากขึ้น เป็นอัตรา ส่วนเท่าใด แต่จากการสังเกตการณ์ของผู้ที่สนใจในการเลือกตั้ง เช่น บรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้รายงานว่า การใช้จ่ายเงินซื้อเสียงในการเลือกตั้ง มีเป็นจำนวน มาก และได้ผลอย่างยิ่ง จนกระทั่งรู้สึกได้ว่า ผู้สมัครที่มีฐานะทางการเงินดี หรือ ได้รับการสนับสนุนทางการเงินเป็นจำนวนมาก มักเป็นผู้ที่ได้เปรียบผู้สมัครที่ได้ รับการสนับสนุนทางการเงินน้อยกว่า อีกทั้งเกิดความรู้สึกว่า "เงินคือเครื่อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁹William J. Crotly, Political reform and the American experiment (New York : Harper & Row, 1977), p.125
อ้างอิงในเรื่องเดียวกัน, หน้า 104.

มือที่ดีที่สุดในการได้มาซึ่งคะแนนเสียง¹⁰

คำกล่าวไม่ต่างไกลจากปรากฏการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นจริง ๆ เท่าใดนัก หากเปรียบเทียบในสมัยแรก ๆ ของการเลือกตั้ง เอกภาพระหว่าง "เสียง" กับ "คะแนน" เป็นไปในทางเดียวกัน แต่ในระยะหลังมานี้ทั้งสองปัจจัยมิได้เป็นไปในทางทิศทางเดียวกัน ผู้สมัครบางคนเสียงดี ภาพพจน์ดี แต่ไม่มีเงิน ประสบความพ่ายแพ้ ตรงข้ามกับบางคนที่มีชื่อเสียงภาพพจน์ไม่ดี แต่จัดตั้งหัวคะแนนดี ควบคุมฐานคะแนนดี และอาจมีฐานะร่ำรวย กลับประสบความสำเร็จ สภาวะเช่นนี้ มีมูลเหตุสำคัญมาจากเงินเพราะผู้สมัครสามารถใช้เงินทำให้เกิด "คะแนนเสียง" ได้โดยง่ายนัก

หากตั้งคำถามว่าปรากฏการณ์การซื้อเสียงเลือกตั้งนั้นเกิดขึ้นที่ใด
พรรคใด ผ่องแผ้ว ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การซื้อเสียงเลือกตั้งเกิดขึ้นพร้อม
กับปรากฏการณ์ต่อไปนี้

1. มีผู้สมัครจากนอกเขตเลือกตั้งไปลงสมัครรับเลือกตั้ง
2. ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังคมนิยมมีเวลาน้อยในเขตเลือกตั้ง หรือไม่มี
บาร์มีเลย
3. พรรคหรือหัวหน้าพรรคไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนในเขตเลือกตั้ง
4. มีนักธุรกิจผู้มั่งคั่งลงสมัคร

¹⁰พรรคดี ผ่องแผ้ว, "เงินกับการเลือกตั้ง : ทัศนภาพต่อการซื้อเสียง" ใน
จะแก้ไขปัญหาการซื้อเสียงเลือกตั้งได้อย่างไร, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
(กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2534),
หน้า 77.

5. ผู้สมัครรับเลือกตั้งคาดการณ์ว่าจะได้รับตำแหน่งสำคัญหลังการเลือกตั้ง
6. มีระบบโควตาในการแต่งตั้งรัฐมนตรี
7. มีการใช้เงิน "งบพัฒนา ส.ส."
8. มีการแข่งขันกันสูงในเขตเลือกตั้ง
9. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ก้าวไปสู่ความเจริญทางวัตถุยิ่งกว่าทางจิตใจ¹¹

นั่นแสดงให้เห็นว่าการซื้อเสียงเลือกตั้ง เป็นสิ่งที่มีมานานแล้ว ปัจจุบันก็มีการยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ปฏิเสธไม่ได้ แม้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง เองยังได้ทำการศึกษาและได้ให้คำจำกัดความของการซื้อคะแนนเสียงไว้ว่า "เป็นเรื่องของการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือตัวแทนของผู้สมัคร จ่ายเงินให้แก่ผู้เลือกตั้งเพื่อให้ลงคะแนนให้แก่ตน หรือผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นการตอบแทน และรวมถึงการให้หว่านสัญญา ตลอดจนให้อำมริสินจ้าง หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้คนหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งได้รับเลือกตั้ง"¹²

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 88.

¹² กระทรวงมหาดไทย, สำนักนโยบายและแผน, รายงานการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อคะแนนเสียงและการทุจริตในการเลือกตั้ง : ชื่อเท็จจริงและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงมหาดไทย, 2532), หน้า 3.

จากคำจำกัดความดังกล่าวจะเห็นว่า การซื้อเสียงมีองค์ประกอบที่ เกี่ยวเนื่องกันอยู่ 3 ประการคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ตัวแทนผู้สมัคร หรืออีกนัย หนึ่งคือหัวคะแนน และประการสุดท้ายคือ เงินหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ องค์ประกอบดังกล่าวจะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้ เพราะจะทำให้กระบวนการ ซื้อเสียงได้ผลน้อย หากจำแนกถึงความสำคัญก็จะพบว่าความสำคัญมีเท่า ๆ กัน แต่หากพิจารณาถึงความหมายแล้วเราจะพบว่าตัวแทนของผู้สมัครหรือหัวคะแนนนั้น ความหมายยังไม่ชัด จึงนำที่จะอธิบายตรงนี้ให้กระจ่างเสียก่อนที่จะเห็นภาพ กระบวนการซื้อเสียงทั้งหมด

หัวคะแนนคือใคร เป็นคำถามที่กว้างมาก หากสรุปความคิดรวบยอด อธิบายความหมายของหัวคะแนนได้ คือ "เป็นบุคคลที่สามารถหาคะแนนเสียงให้ กับผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ว่าจะเป็นการใช้อิทธิพลความดี เงิน ความสนิททางการ เมือง ฯลฯ เพื่อให้ประชาชนมาลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครนั้น ๆ"¹³ บุคคลที่จะ เป็นหัวคะแนนได้ดีในแต่ละหมู่บ้าน แต่ละตำบล หรืออำเภอ นั้นน่าจะ เป็นบุคคลที่มี คุณสมบัติเด่น ๆ ดังต่อไปนี้¹⁴

1. เป็นบุคคลสำคัญของท้องถิ่น
2. เป็นบุคคลที่มีฐานะครอบครัวดีพอสมควร
3. เป็นบุคคลที่ชาวบ้านเคารพนับถือเกรงอกเกรงใจ
4. เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันกว้างขวางทั่วไป

¹³ เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตภิรมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไร ให้ได้เป็นส.ส. (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2531), หน้า 24.

¹⁴ เศรษฐพร คูศิริพิทักษ์, ถ้าอยากเป็นผู้แทน (กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2531), หน้า 39.

5. เป็นบุคคลที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานมั่นคง
6. เป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพโดยสุจริต
7. เป็นผู้อาวุโสของหมู่บ้าน หรือตำบล หรือ อำเภอ
 ฯลฯ

บุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น อาจหมายถึงบุคคลดังต่อไปนี้ คือ 15

- 1) ข้าราชการหรืออดีตราชากร เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ตำรวจ เป็นต้น ทั้งนี้จะต้องเป็นบุคคลที่ประชาชนรักมากกว่าเกลียดชัง
- 2) พระหรือเจ้าอาวาส แม้พระไม่จำเป็นต้องไปเกี่ยวข้องกับภาระเสียงของผู้สมัครคนใด แต่ก็อาจส่งผลถึงการเลือกตั้งได้ถ้าเจ้าอาวาสบอกว่าผู้สมัครคนไหนดี ควรเลือก ชาวบ้านก็มักจะคล้อยตาม
- 3) กรรมการวัด มัสยิด โรงเรียน ก็มีอิทธิพลเพราะโดยส่วนใหญ่แล้วบุคคลเหล่านี้มักจะเป็นบุคคลที่กว้างขวาง และเป็นที่เคารพนับถือของชาวบ้าน
- 4) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และสรวัดรำนัน มักจะเป็นบุคคลที่กว้างขวางของท้องถิ่น และเป็นผู้ที่เคารพนับถือของคนในหมู่บ้าน อีกประการหนึ่งบุคคลเหล่านี้ได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้าน ย่อมมีฐานคะแนนของคนจำนวนหนึ่งอยู่แล้ว
- 5) สมาชิกสภาจังหวัด และสมาชิกสภาเทศบาล ซึ่งเป็นบุคคลที่ผ่านการเลือกตั้งมาแล้ว ส.จ. ย่อมจะมีความชำนาญในอำเภอที่เขาได้รับเลือกตั้ง จึงช่วยเหลือในการหาเสียงระดับอำเภอได้ดี และในเขตเทศบาล ส.ท. จะช่วยได้มาก

6) ครูอาจารย์ มักจะเป็นบุคคลที่ได้รับการเคารพนับถือมากที่สุดตามหมู่บ้าน อาจจะมากกว่ากัน ผู้ใหญ่บ้านเสียอีก ทั้งนี้เพราะครูเป็นผู้ใช้พระคุณมากกว่าพระเดช ฉะนั้นคนเกลียดจึงมีน้อยกว่าคนรัก ครูที่อาวุโสมาก ๆ ก็มีลูกศิษย์มากไปด้วย

7) พ่อค้า คหบดี ที่ประกอบอาชีพจนร่ำรวยมีฐานะมั่นคง ย่อมจะเป็นที่นับถือของบรรดาพ่อค้าด้วยกัน และมักจะเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางในสังคมของอำเภอ หรือตำบลนั้น ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าแห่งโรงสี โรงเลื่อย โรงน้ำแข็ง บิมน้ำมัน หรือโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ พ่อค้าเหล่านี้มักจะมีบริวารมาก ถ้าได้เป็นหัวหน้าแล้ว ท่านยังจะได้คะแนนสนับสนุนซึ่งอยู่ในอาณัติของเขาด้วย

8) ผู้รับเหมาก่อสร้าง บุคคลเหล่านี้มีโอกาสดำเนินการคลุกคลีกับชาวบ้าน บางครั้งก็มีโอกาสสามารถเกรดไปเกลี่ยถนน ทำให้ถนนสภาพดีขึ้น ซึ่งเป็นการผูกน้ำใจประชาชนได้อย่างดี

9) นักเลง อันธพาล หรือเจ้าพ่อประจำถิ่น บุคคลเหล่านี้มีความสำคัญมาก การที่ท่านไปพบเขานั้นไม่ใช่เรื่องเสียหายนัก ท่านอาจจะไม่ต้องไปขอเรื่องให้เขาช่วยเหลืออะไรท่านเพียง แต่คบเพื่อกันมิให้มีการกลั่นแกล้ง เท่านั้นก็เพียงพอแล้ว เพราะบุคคลประเภทนี้ถ้าให้เป็นศัตรู ก็มักจะตามรังความกลั่นแกล้ง ทำให้เสียเวลาหาเสียงด้านอื่น

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาหาหัวหน้าคนนี้ได้ขึ้นกับอาชีพแต่เพียงอย่างเดียว หากพิจารณาหัวหน้าคนตามลักษณะของความชำนาญ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ¹⁶

¹⁶ เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และ ศรีสมภพ จิตภิรมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส. หน้า 32.

1) หัวคะแนนที่มีความชำนาญ ได้แก่ หัวคะแนนซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั้งพื้นที่นั้น ๆ ว่าเป็นหัวคะแนนในทุกสมัยที่มีการเลือกตั้ง มีความชำนาญในการหาเสียงช่วยเหลือผู้สมัคร มีฐานคะแนนเสียงของตนเองอยู่ระดับหนึ่ง หากผู้สมัครใดได้บุคคลเหล่านี้เป็นหัวคะแนน ย่อมเป็นหลักประกันในคะแนนเสียงที่จะได้รับ

2) หัวคะแนนที่ยังไม่เคยเป็นหัวคะแนนมาก่อน กล่าวคือ เพิ่งมีโอกาสดำเนินหัวคะแนนในการเลือกตั้งครั้งนั้น ๆ ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุอันใดก็ตามไม่ค่อยมีความชำนาญในการหาเสียงยังคาดคะเนฐานคะแนนเสียงที่แท้จริงได้ยาก

3) หัวคะแนนจอมปลอม หรือ หัวคะแนนหลอกลวง ได้แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่ได้เป็นหัวคะแนนจริง ๆ แต่ใช้วิธีการต่าง ๆ หลอกลวงผู้สมัครว่าตนเป็นหัวคะแนน มีบทบาทในการควบคุมคะแนนเสียงได้จำนวนนั้น ๆ และเรียกร้องผลประโยชน์จากผู้สมัคร โดยความเป็นจริงคำพูดเหล่านั้นล้วนเป็นการหลอกลวงทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเพื่อแสดงให้เห็นภาพของหัวคะแนนอย่างกว้าง ๆ ซึ่งในความเป็นจริงคุณลักษณะดังกล่าวอาจมีมากกว่านี้ แต่ในที่นี้จะไม่ขอกล่าวถึง เพราะจะเน้นในเรื่องของการซื้อเสียงมากกว่า

เมื่อเราเข้าใจองค์ประกอบของการซื้อเสียงดังกล่าวแล้ว ขั้นตอนต่อไปที่จำเป็นจะต้องทราบคือรูปแบบการซื้อเสียง ที่มีหลายรูปแบบ ซึ่งในที่นี้ประมวลออกมาได้ 4 รูปแบบ ด้วยกัน คือ

1) การแจกสิ่งของ เป็นการซื้อเสียงรูปแบบหนึ่งอาจถือเป็นอำมิสสินจ้าง ซึ่งกระทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเลี้ยงสุรา อาหาร การจัดมหรสพ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ หมอลำ โนรา หนังตะลุง ลิเก ในนามของผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง จากการศึกษาของพรรคดี ผ่องแผ้ว พบว่า "สิ่งของส่วนใหญ่ที่แจกเป็น เสื้อผ้า รองเท้า น้ำปลา สุรา บุหรี่ ยาแก้ปวด ข้าวสาร ปลากระป๋อง น้ำมัน รถ เป็นต้น และจะแจกให้แก่บุคคลที่มีฐานทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ เพราะพวกนี้จะ

รู้สึกผูกพันว่า เมื่อรับสิ่งของแล้วควรไปลงคะแนนเสียงให้กับผู้ทำ"17 วิธีการนี้ผู้สมัครรับเลือกตั้งมักกระทำเพื่อหลีกเลี่ยงการแจกเงิน แต่ก็หวังว่าจะได้คะแนนเสียงจากประชาชนเหมือนกัน

2) การสร้างสาธารณประโยชน์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนได้สร้างสาธารณประโยชน์ให้กับท้องถิ่นในเขตเลือกตั้งของตน เพื่อให้ประชาชนเห็นว่าคนได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม โดยหวังคะแนนเสียงจากประชาชน เช่น ที่เขต 2 กรุงเทพมหานคร ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนได้ไปสร้างสะพานไม้เพื่อให้คนเดินในพื้นที่เขตปทุมวัน หรือ ที่เขต 2 อุตรธานี มีผู้สมัครรับเลือกตั้งคนหนึ่งนำดินลูกรังไปถมทำเป็นถนนทางเดินเข้าวัด¹⁸ เป็นต้น การสร้างสาธารณประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ยังหมายรวมถึงการสัญญาว่าจะสร้างให้ภายหลังที่การเลือกตั้งผ่านไปแล้ว กรณีผู้สมัครมีตำแหน่งทางการเมือง การนำโครงการสร้างถนน หรือ สิ่งสาธารณประโยชน์มาลงในพื้นที่ของตนด้วย

3) การซื้อใจ เป็นภาษานางการนักเลง ที่ใช้ในความหมายของการตอบแทนบุญคุณกัน เช่น การให้เงินช่วยเหลือแก่ประชาชนในยามทุกข์ยาก ทั้งในลักษณะการให้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ยหรือการให้เปล่าโดยไม่มีเงื่อนไข การให้เช่นนี้มักจะกระทำโดยผู้มีบารมี อิทธิพล หรือมีเงิน เมื่อถึงช่วงเวลาของการเลือกตั้ง ผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือก็จะทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจในการหาเสียงเลือกตั้ง การซื้อเสียงวิธีนี้เป็นที่ซื้อเสียงในระยะยาวซึ่งในปัจจุบันผู้สมัคร

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

17 พรตักดิ์ ผ่องแผ้ว, การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดขอนแก่น เขต 3, หน้า 186.

18 กระทรวงมหาดไทย, สำนักนโยบายและแผน, รายงานการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อคะแนนเสียงและการทุจริตในการเลือกตั้ง : ข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย, หน้า 8.

รับเลือกตั้งนิยามใช้กันแพร่หลายมากขึ้น¹⁹ เป็นที่น่าสังเกตุว่าความเกรงใจตลอดจนเกียรติยศ อำนาจ และความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ฯลฯ ล้วนมีผลต่อการลงคะแนน หากผู้สมัครที่ตนเลือกได้รับตำแหน่งทางการเมือง

4) การซื้อเสียงด้วยเงินสด รูปแบบนี้ปรากฏช้อยู่ทั่วไปในบรรดาผู้สมัคร เพราะทำให้ประชาชนมีความรู้สึกว่าได้รับผลประโยชน์โดยทันที ไม่ต้องรอระยะเวลาเหมือนรูปแบบอื่น ๆ และสะดวกต่อการแจกจ่ายเป็นรายบุคคล ในรายงานวิจัยการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2526 พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว และ จรูญ สุภาพ พบว่า "ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกพรรคการเมืองมีการแจกเงินในการซื้อเสียงเลือกตั้งจากประชาชนอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่หัวละ 10 บาทถึง 200 บาท การแจกเงินมีสูงในกลุ่มบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ"²⁰

จากที่กล่าวมาทั้งหมดคือรูปแบบการซื้อเสียง ซึ่งอาจจะมากกว่านี้ อาทิ การซื้อบัตรประชาชน การซื้อกรรมกรในหน่วยเลือกตั้ง หรือ วิธีการพลิกแพลงอื่น ๆ ซึ่งในที่นี้จะไม่กล่าวถึง เราจะเห็นได้ว่าในทุกรูปแบบล้วนแล้วแต่ต้องใช้ "เงิน" เป็น "เครื่องมือ" ในการดำเนินการทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นโดยตรง หรือโดยอ้อมก็ตาม "การซื้อเสียงเป็นเงินสดนั้นเป็นมาตรการขั้นสุดท้ายที่ผู้สมัครนิยามใช้กันมาก เพราะเป็นวิธีที่สอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้านที่ยาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹⁹ เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์, "รูปแบบและวิธีการซื้อเสียง" ใน จะแก้ไขปัญหาการซื้อเสียงเลือกตั้งได้อย่างไร (กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายการพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534), หน้า 99.

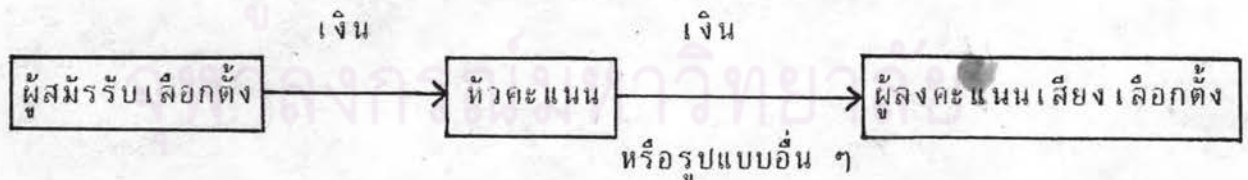
²⁰ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว และ จรูญ สุภาพ, การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดบุรีรัมย์แทนตำแหน่งที่ว่าง 28 สิงหาคม 2526, หน้า 222.

จน"21 อย่างไรก็ตามการแจกเงินนั้นเพื่อให้ผลตามวัตถุประสงค์ ยังต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่แจก อัตราการแจกตลอดจนพื้นที่ที่จะทำการแจกว่ามีการแข่งขันสูงหรือไม่

สมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ เคยกล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า "ราคาซื้อขายคะแนนเสียงมีอัตราแตกต่างกันตามแต่จะตกลงกันได้ คือมีราคาตั้งแต่ 5 บาท 10 บาท ไปจนถึง 100 บาท 200 บาท และอาจมีราคาสูงถึง 2,000 บาท ในบางพื้นที่"²² นั้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในอัตราการแจกเงิน และพื้นที่ที่จะแจกเงิน เพื่อให้ได้มาซึ่งคะแนนเสียงตามที่ได้ลงทุนไป

กล่าวโดยสรุป แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้เงินในการซื้อเสียงเลือกตั้งนั้น "จุดประสงค์หลัก" คือ การใช้จ่ายเงินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่ง "คะแนนเสียง" โดยมี "องค์ประกอบ" หลักที่เกี่ยวข้องใน "กระบวนการ" ซื้อเสียง 3 ประการด้วยกัน คือ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หัวคะแนน และผู้ลงคะแนนเสียง ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพแสดงกระบวนการใช้เงินซื้อเสียงเลือกตั้ง



²¹ เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์, ถ้าอยากเป็นผู้แทน, หน้า 85.

²² สมัคร สุนทรเวช, "มูมน้ำเงิน", เคลิมิเรอร์ (5 สิงหาคม 2531) : 5.

แนวความคิดดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในมิติของพฤติกรรม การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง กล่าวคือ ผู้ลงคะแนนเสียงจะตัดสินใจเลือก หรือ ลงคะแนนเสียงอย่างไร การใช้เงินซื้อเสียงจะมีผลกระทบต่อผู้ลงคะแนนเสียง หรือไม่ องค์ประกอบของการตัดสินใจเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นจุดประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้

อย่างไรก็ตาม การใช้เงินซื้อเสียงแต่เพียงอย่างเดียว ก็มิได้หมายความว่า จะทำให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งได้เสมอไป จากแผนภาพกระบวนการใช้เงินซื้อเสียงดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การส่งผ่าน "เงิน" ที่ใช้ซื้อเสียงจากผู้สมัครรับเลือกตั้ง ไปสู่ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นกระทำผ่าน "หัวคะแนน" ซึ่งภายใต้กระบวนการนี้ "หัวคะแนน" จึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นอย่างมาก หากผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดมีหัวคะแนนที่มีประสิทธิภาพ ย่อมมีโอกาที่จะได้รับการเลือกตั้งสูงขึ้น

หัวคะแนนที่มีประสิทธิภาพเป็นเช่นใดนั้น นอกจากเราจะรู้ว่าใครคือหัวคะแนนแล้ว ยังจำเป็นต้องเข้าใจสภาพของชุมชนด้วย ตรงนี้ น่าจะชี้ให้เห็นถึงความเป็นรูปธรรม ซึ่งภายใต้กระบวนการซื้อเสียงเลือกตั้ง ผู้วิจัยจะได้นำ ทฤษฎี 2 ทฤษฎี คือ โครงสร้างอำนาจชุมชน และระบบความสัมพันธ์ของคนไทยมาเป็นตัวอธิบายเพื่อให้เห็นภาพกระบวนการซื้อเสียงได้ชัดเจนขึ้น

การศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน

การศึกษาเรื่องชนชั้นในศตวรรษที่ 20 ให้ความสนใจศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชนในระดับท้องถิ่นมากกว่าจะศึกษาโครงสร้างอำนาจระดับชาติ แต่การศึกษาในระดับชาติก็ยังคงมีอยู่ ในการศึกษาโครงสร้างอำนาจในระดับท้องถิ่น บรรดานักวิชาการที่ศึกษาต่างมีวิธีการศึกษาและอุดมการณ์ในการศึกษาต่างกัน ซึ่งแน่นอนว่าผลการศึกษาก็จะต่างกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม ในที่นี้ขอแบ่งแนวการศึกษาเป็นสองสำนัก คือ สำนักสังคมวิทยา (sociology) และ

สำนักรัฐศาสตร์ (political science) โดยสำนักแรกเน้นใช้ชีวิตการศึกษาแบบระบบบุคคลที่มีชื่อเสียง (reputational) ว่าเป็นบุคคลชนชั้นนำ และมีข้อสรุปในการค้นพบว่า โครงสร้างอำนาจมีลักษณะแบบปิรามิด (pyramida) กล่าวคือ ชนชั้นนำจะมีจำนวนน้อย ผูกขาดอำนาจ และดูเหมือนว่าชนชั้นนำทางเศรษฐกิจจะมีอำนาจมากที่สุด หรือควบคุมการตัดสินใจในชุมชน ในประการสุดท้าย สำนักสังคมวิทยามีอุดมการณ์ในการศึกษาแฝงอยู่ คือ อุดมการณ์ชนชั้นนำ หรือการจัดลำดับชั้นทางสังคม (elitist or stratification)

สำหรับสำนักรัฐศาสตร์นั้น ผู้ทำการศึกษามากเป็นนักรัฐศาสตร์ซึ่งเชื่อว่า วิธีการศึกษาของนักสังคมวิทยา หรือวิธีการระบุผู้มีชื่อเสียงว่าเป็นบุคคลชนชั้นนำนั้น ไม่สามารถวัดโครงสร้างอำนาจได้ พวกเขาเสนอว่าควรดูโครงสร้างอำนาจที่การตัดสินใจ (decision making) และประเด็นในการตัดสินใจที่นำมาวิเคราะห์ (issue analysis) ซึ่งจะได้ข้อสรุปว่า โครงสร้างอำนาจมีลักษณะกระจาย (factional) ไม่มีกลุ่มไหนผูกขาด และมีลักษณะการประนีประนอม หรือการผสมกลมกลืนในโครงสร้างอำนาจสูง (coalition) ในประการสุดท้าย สำนักรัฐศาสตร์ดูเหมือนว่าจะให้น้ำหนักแก่ผู้นำทางการเมืองว่ามีอำนาจควบคุมกลุ่มอื่น ๆ อย่างไรก็ดี สำนักนี้ก็ถูกวิจารณ์ว่า มีอุดมการณ์ในการศึกษาอยู่ คือ อุดมการณ์แบบพหุนิยม กล่าวคือ มีนักรัฐศาสตร์บางคนซึ่งศึกษาโครงสร้างอำนาจในชุมชนแล้วสรุปว่า โครงสร้างอำนาจในชุมชนเป็นโครงสร้างแบบพหุนิยม และมีกลุ่มหลายกลุ่มเข้าต่อรองเพื่ออำนาจทางการเมือง แต่พวกเขาก็ยอมรับว่าชนชั้นนำมีอยู่ โดยจะมีอยู่ในลักษณะหลายกลุ่ม และแต่ละกลุ่มต่างมีอิทธิพลต่อประเด็นหรือกิจกรรมทางการเมืองที่กลุ่มนั้นมีฐานอำนาจทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอยู่

แต่กระนั้นก็ตาม บางครั้งถ้าเรามองในแง่ของสถานที่ศึกษาและงานศึกษาที่สำคัญของแต่ละฝ่ายแล้ว เราสามารถแบ่งงานศึกษาด้านโครงสร้างอำนาจท้องถิ่นออกเป็นสองตัวแบบ คือ ตัวแบบ New Haven ซึ่งเป็นงานสำคัญมากของนักรัฐศาสตร์ นำโดย Dahl และตัวแบบ Atlanta ซึ่งเป็นงานศึกษาที่สำคัญของ

นักสังคมวิทยา นำโดย Hunter ต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอลักษณะการศึกษา โครงสร้างอำนาจชุมชนของทั้งสองแนวการศึกษาโดยย่อ เพื่อหาข้อสรุปที่เป็น ประโยชน์ต่อการศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชนต่อไป

1. สำนักศึกษาของนักสังคมวิทยา (sociologist) ความจริงแล้ว ก่อนหน้าที่ Hunter จะศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชนที่เมืองแอตแลนตานั้นได้มี งานของนักสังคมวิทยาบางท่านที่ศึกษาโครงสร้างอำนาจในชุมชนมาก่อนแล้ว เช่น งานของ Lynd ศึกษาโครงสร้างอำนาจและชนชั้นหน้าที่เมืองมิดเดิลทาวน์ งานชิ้น นี้ถือว่าเป็นงานชิ้นแรกที่น่าสนใจศึกษาอำนาจในชุมชน จากการศึกษาเขาพบว่า ชน ชั้นหน้าที่ทางธุรกิจเป็นชนชั้นหรือสถาบันทางสังคมซึ่งควบคุมอำนาจในชุมชนเมือง มิดเดิลทาวน์ ยิ่งไปกว่านั้น Lynd ยังชี้ให้เห็นว่า ส่วนมากชนชั้นหน้าที่ทางธุรกิจจะเป็น คนในตระกูลเดียวกัน สำหรับงานอีกชิ้นหนึ่งคืองานของ William Floyd Warner ที่ Yankee City เป็นการศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชนโดยดู ความสัมพันธ์ทางโครงสร้างของสถานภาพ ผลการศึกษาสรุปว่า Yankee คือกลุ่ม ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจระดับสูงซึ่งคุมอำนาจในสังคม²³

อย่างไรก็ตาม งานซึ่งถือว่าสำคัญที่สุดและได้ถูกถกเถียงวิพากษ์ วิจารณ์มาก ตลอดจนเป็นงานที่ศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชนอย่างเป็นระบบ เป็นครั้งแรก คือ Community Power Structure ของ Floyd Hunter โดยเขาใช้วิธีการศึกษาแบบระบุชนชั้นหน้าที่โดยดูที่ชื่อเสียง ศึกษาโครงสร้างอำนาจ ชุมชนของ Regional City (Atlanta) จากการศึกษา Hunter สรุปว่า

²³Nelson W. Polsby, Community power and political theory : A further look at problems of evidence and influence (New Haven and London : Yale University Press, 1980), pp. 98-111.

โครงสร้างอำนาจของเมือง Regional City ถูกปกครองโดยกลุ่มชนชั้นนำที่มีอิทธิพลเพียง 40 คนเท่านั้น โดยผู้มีอิทธิพลเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจ บริษัทการเงิน และอุตสาหกรรม ลักษณะโครงสร้างอำนาจของชุมชนดังกล่าวมีลักษณะเป็นปิรามิด (single pyramid) ซึ่งเป็นปิรามิดแห่งอำนาจที่สำคัญมาก²⁴ นอกจากนั้น ภายในโครงสร้างอำนาจนั้น ผู้มีอำนาจอาจมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดโดยรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นและเป็นกลุ่มที่กำหนดนโยบาย และตัดสินใจในนโยบายภายในชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นเท่ากับว่าข้อสรุปของ Hunter ได้ขัดแย้งโดยตรงต่อข้อสรุปของกลุ่มที่มองว่าชุมชนถูกปกครองโดยข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐภายในชุมชนเพราะ Hunter พบว่าผู้นำทางเศรษฐกิจแอบแฝง (covert economic elite) จะอยู่เบื้องหลังข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลในชุมชน ซึ่งการตัดสินใจ เขากล่าวว่า "ผู้นำทางเศรษฐกิจจะเข้าสู่อำนาจอย่างแน่นอนหรือไม่ก็ตาม พวกเขาจะอยู่เบื้องหลังนักการเมือง" ยิ่งไปกว่านั้น นักธุรกิจหรือผู้นำทางเศรษฐกิจยังสามารถควบคุมผู้ปกครอง ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐในชุมชนอีกด้วย²⁵

หลังจาก Hunter ศึกษาชุมชนนี้ในปี 1953 แล้ว เขาได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก ดังนั้นในช่วงปี 1960-1970 เขาได้กลับไปศึกษา Regional City อีกครั้งหนึ่ง เพื่อชี้ให้เห็นว่า ข้อสรุปของเขาถูกต้อง²⁶ จากการศึกษาเขาพบว่า ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา ลักษณะโครงสร้างของชุมชนเปลี่ยน

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²⁴Floyd Hunter, Community power structure, (Chapel Hill : University of North Carolina Press, 1953), pp. 61-80.

²⁵Ibid., pp. 174-175.

²⁶Floyd Hunter, Community power succession Atlanta's policy-makers revisited (Chapel Hill : The University of Carolina Press, 1980).

แปลงตลอดเวลา แต่เปลี่ยนแปลงน้อยมากในด้านโครงสร้างอำนาจ นั่นคือ โครงสร้างอำนาจยังมีลักษณะ เป็นปิรามิด ซึ่งครอบงำโดยชนชั้นทาง เศรษฐกิจ แต่เขาก็สรุปเพิ่มเติมในลักษณะที่ว่า การตัดสินใจในนโยบายในท้องถิ่น ดูเหมือนว่าจะมีลักษณะความไม่สมดุลย์ทางสถาบันอยู่ (imbalanced institution) กล่าวคือ สถาบันทาง เศรษฐกิจและสถาบันทางการเมืองจะผูกขาดอำนาจในการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ดี Hunter ก็ย้ำว่า ศูนย์กลางสำคัญในการตัดสินใจโดยตรงมาจากผู้ประกอบการทาง เศรษฐกิจในด้านเอกชนของอเมริกา

2. นักศึกษาของนักรัฐศาสตร์ (Political Scientist) นัก รัฐศาสตร์ซึ่งสนใจศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน และเป็นแกนนำของกลุ่มนัก รัฐศาสตร์ที่สนใจทางด้านนี้ คือ Robert A. Dahl ในงานวิจัยของเขาที่เมือง New Haven เขาใช้วิธีการศึกษาแบบระบุนชั้นนำโดยดูที่การตัดสินใจ โดยดูว่า ใครมีอำนาจในการตัดสินใจในประเด็นทางการเมืองนั้น ๆ การที่ Dahl ใช้ วิธีการดังกล่าวเพราะเขาเห็นว่าวิธีการนี้จะทำให้ผู้ศึกษาโครงสร้างอำนาจใน ชุมชนได้เห็นภาพของผู้มีอำนาจตัดสินใจที่แท้จริง (actual power) ไม่ใช่เห็น ภาพผู้มีศักยภาพแห่งอำนาจ (potential power) ดังที่วิธีการระบุนชั้นนำโดย ดูที่ชื่อเสียงได้ค้นพบ Dahl มีความคิดเห็นและข้อสรุปขัดแย้งกับกลุ่ม "Elitism" เรื่องโครงสร้างอำนาจ ซึ่งกลุ่มนี้มองว่าโครงสร้างอำนาจมีลักษณะปิรามิด นั่นคือ ถูกผูกขาดโดยคนจำนวนน้อย และมองว่าผู้ทาง เศรษฐกิจจะครอบงำหรือมีอำนาจ มากกว่าผู้อื่น ๆ ในหนังสือเล่มนี้ Dahl ต้องการชี้ให้เห็นว่า New Haven นั้น ไม่ใช่ทั้งมวลชนและผู้ที่ทำหน้าที่ปกครอง แต่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกัน นั่นคือ ผู้ นำต้องผ่านการทดสอบของมวลชน (โดยผ่านกระบวนการเลือกตั้ง) และในทาง ตรงข้าม ผู้นำก็ได้รับการ เชื้อพัน และจงรักภักดีจากมวลชน" ดังนั้น แม้ว่าสภาพ สังคม New Haven จะ เปลี่ยนไปและมีแนวโน้มว่ากลุ่มสังคม เศรษฐกิจจะมีอิทธิพล มากขึ้น (Socioeconomic) แต่ไม่ได้หมายความว่ากลุ่มอื่น ๆ เช่น ethnic group จะหมดอำนาจ ตรงกันข้ามกลุ่มเหล่านี้ยัง มีอำนาจอยู่ จากลักษณะการ เปลี่ยนแปลงนี้เองทำให้การเมืองซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของการคัดเลือกที่ยึดตัว บั๊จเจกชนผู้ออกเสียง เป็นสำคัญ ไปสู่การเมืองที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของ

ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มคน ในที่สุดนำไปสู่ลักษณะการกำหนดนโยบายซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่ได้ผูกขาด แต่ต้องคำนึงถึงความต้องการหรือผลประโยชน์ของประชาชน

ในการศึกษา Dahl มองว่าทรัพยากรทางการเมืองสามประการที่จะทำให้บุคคลมีอำนาจทางการเมือง คือ ความร่ำรวย (wealth) พื้นฐานทางสังคม (social standing) และความนิยมจากประชาชน (popularity) จากการศึกษาเขาพบว่า ผู้ประกอบการทางธุรกิจ จะมีทรัพยากรทั้ง 3 มากกว่ากลุ่มอื่น แต่ในแง่ของการปกครองแล้วพบว่า ชุมชนนี้ถูกปกครองโดยกลุ่มต่าง ๆ สามกลุ่ม คือ "particians" คือผู้มีความร่ำรวย มีฐานะทางสังคม และมีการศึกษา entrepreneurs คือผู้ซึ่งมีเงินมากที่สุดและมีฐานความนิยมจากประชาชนมาก และ expletes ซึ่งเขาหมายถึงคนงานที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งในระยะหลังได้มีโอกาสเข้าสู่อำนาจทางการเมืองมากขึ้น โดยอาศัยการเมืองแบบ ethnic politics หรือการเมืองโดยการนิยมหรือให้การสนับสนุนเฉพาะกลุ่มเชื้อชาติเดียวกัน

โดยสรุป จากการศึกษาของ Dahl เขาพบว่า ลักษณะโครงสร้างอำนาจจะมีลักษณะกระจาย ไม่มีกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งสามารถผูกขาดอำนาจการตัดสินใจอย่างเด็ดขาด ลักษณะการตัดสินใจทางการเมืองจะกระจายไปตามกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งมีทรัพยากรและมีอิทธิพลทางการเมืองในระดับที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตน อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่า Dahl จะให้ความสำคัญกับนักการเมือง "ในเมื่อกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมไม่มีกลุ่มใดที่จะมีอำนาจตัดสินใจควบคุมกลุ่มอื่น จึงเป็นไปได้ที่จะมีผู้นำแอบแฝง (covert elite) ที่จะขึ้นมามีอำนาจในกลุ่มเหล่านี้ ดังนั้น จึงอดสงสัยไม่ได้ว่านักการเมืองซึ่งขาดทรัพยากรสำคัญเหมือนกับพวก "particians" และนักธุรกิจผู้ประกอบการ อาจจะเป็นผู้ถืออำนาจทางการเมืองได้ ในที่สุดนี้งานวิจัยเรื่องนี้ของ Dahl ท้าขึ้นเพื่อสนับสนุนแนวคิดพหุนิยม (pluralism) จึงทำให้ข้อสรุปเป็นไปในทางที่สนับสนุนต่อแนวคิดนี้ดังกล่าวแล้ว

งานต่อมาของนักรัฐศาสตร์ซึ่งสนับสนุนความคิดของ Dahl คือผลงานของ Wolfinger ซึ่งศึกษาเพิ่มเติมที่ New Haven เพื่อสนับสนุนความคิดของ Dahl โดยดูว่า การคิดนโยบายใหม่ ๆ ที่สำคัญใน New Haven เป็นอย่างไร ซึ่งผลการศึกษาก็สอดคล้องและสนับสนุนข้อสรุปของ Dahl ทุกประการที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้เขียนได้นำเอาแนวคิด pluralism มาวิเคราะห์ชุมชนดังกล่าวแล้วเชื่อว่า แนวคิดพหุนิยมนี้สามารถใช้อธิบายชุมชนในอเมริกาได้เหมาะสมที่สุด สำหรับข้อสรุปจากการศึกษาคือ "มีเพียงบุคคลจำนวนน้อยเท่านั้นที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเสนอนโยบายใหม่ ๆ และสามารถยับยั้งนโยบายประสบความสำเร็จ แต่ลักษณะอิทธิพลในการเสนอหรือยับยั้งนโยบายจะมีลักษณะกระจายไปตามประเด็นทางการเมือง ซึ่งแต่ละกลุ่มมีอิทธิพลอยู่"²⁷

ข้อควรระวังในการศึกษาโครงสร้างอำนาจทุกชนิดก็คือ การมองดูความสัมพันธ์และลักษณะโครงสร้างอำนาจในชุมชน ควรระวังอิทธิพลของชุมชนภายนอก หรือปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดลักษณะโครงสร้างอำนาจชุมชน กล่าวคือ โดยทั่วไปแล้วนักวิชาการจะมองโครงสร้างอำนาจชุมชนออกเป็นสองลักษณะคือ โครงสร้างแบบผูกขาดอำนาจ (monolithic structure) กับโครงสร้างอำนาจแบบพหุนิยม (pluralistic structure) ชุมชนไหนจะมีลักษณะโครงสร้างแบบใดก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของสังคม เศรษฐกิจ และลักษณะทางกายภาพของชุมชนนั้น แต่บางครั้งลักษณะโครงสร้างไม่ได้กำหนดจากภายในชุมชนนั้น คือความสัมพันธ์ทางโครงสร้างอำนาจถูกกำหนดจากปัจจัยภายนอกชุมชน ซึ่งเรียกว่า "vertical axis" ซึ่งพวกเขาหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับศูนย์กลางอำนาจภายนอกชุมชน ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานหรือชุมชนอื่น ๆ ซึ่งมี

²⁷Raymond E. Wolfinger, The politics of progress (New Jersey : Prentice-Hill Inc., 1974), pp. 7-8.

อิทธิพลทางเศรษฐกิจสังคม และการเมืองมากกว่า และความสัมพันธ์กับภายนอกนี้ จะทำให้ความสัมพันธ์ภายในชุมชน (horizontal axis) เปลี่ยนไป²⁸ ซึ่งย่อมแน่นอนว่าจะมีผลต่อลักษณะ โครงสร้างอำนาจในชุมชนนั้นด้วย

ตามลักษณะดังกล่าวมาแล้วมีผลงานศึกษาของนักวิชาการตะวันตกท่านหนึ่งซึ่งชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของข้าราชการและผู้ที่ทำหน้าที่ติดต่อระหว่างข้าราชการกับประชาชนต่อการตัดสินใจทางอำนาจในท้องถิ่น คือ Charles F. Keyes ซึ่งเขามองว่าในชุมชนท้องถิ่นไทยมีผู้นำแบบ "synaptic leader" ที่ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระ ครู พ่อค้า และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เป็นผู้นำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเมืองในท้องถิ่นมากที่สุด²⁹

โดยสรุปแล้ว หากศึกษาลักษณะของชนชั้นผู้นำและโครงสร้างอำนาจชุมชนของสังคมชนบทไทย สามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างอำนาจชุมชนมีลักษณะ เป็นปิรามิด โดยที่บุคคลที่เป็นชนชั้นนำสูงสุดมักจะเป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการที่มีอยู่ในชุมชน ส่วนคุณสมบัติร่วมในระดับรองลงมาที่จะพบบ่อยจากการศึกษาคือ ตำแหน่งทางสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ระดับการศึกษาดี อาวุโส และการปฏิบัติตนที่เสียสละ เพื่อส่วนรวมและคุณสมบัติอื่น ๆ ประกอบกัน เข้าที่เป็นชนชั้นนำ อาทิ การติดต่อกับชุมชนภายนอก การติดต่อปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ข้าราชการ โลกทัศน์ที่เป็นสากล การเป็นคนในชุมชน เพศชาย การเป็นบุคคลมีคุณธรรม การเป็นสมาชิกของกลุ่มองค์การที่มากกว่า การมีประสบ

²⁸ Ibid., pp. 190-194.

²⁹ Charles F. Keyes, "Local Leadership in Rural Thailand," in Local Authority and Administration in Thailand, Fred R. Vonder Mehden and David A. Wilson (Los Angeles : University of California, 1970), pp. 92-127.

การฝึกอบรม การมีความสามารถพิเศษ การถือครองที่ดินเป็นจำนวนมาก และคุณสมบัติอื่น ๆ ซึ่งคุณสมบัติรองนี้จะปรากฏพบแตกต่างกันมากตามลักษณะ ของค่านิยม และลักษณะทางกายภาพ ทางเศรษฐกิจ สังคม ของแต่ละชุมชนที่ทำการศึกษา แต่ลักษณะ เหล่านี้จะปรากฏรวมอยู่ เสมอไม่ว่าคุณลักษณะใดก็คุณลักษณะหนึ่ง หรือหลายคุณลักษณะรวมกันในคนที่ เป็นชนชั้นนั้น

ระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทย³⁰

เมื่อได้ทราบแล้วว่าระบบของความสัมพันธ์ในสังคมไทยนั้น ก็คือความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก ดังนั้นจึงควรที่จะได้ทราบถึงระบบของความสัมพันธ์ดังกล่าวว่ามีความเป็นมาเป็นไปอย่างไร มีอะไรเป็นปัจจัยเชื่อมโยงหรือยึดติดความสัมพันธ์เหล่านั้นไว้ ทั้งนี้ภายใต้ความสัมพันธ์ของคนไทยลักษณะที่พบทั่วไปเสมอคือ การเริ่มต้นของการรู้จักกัน ซึ่งสามารถจะมีสาเหตุหรือจุดเริ่มต้นที่ต่างกันได้ ที่พบเสมอ ๆ คือ การเป็นญาติเป็นเพื่อนนักเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นคนใกล้ชิดกัน เป็นต้น

เมื่อคนเหล่านี้รู้จักกันแล้ว ประเด็นที่สำคัญก็คือ คนเหล่านั้นจะพบปะกันเป็นประจำและสม่ำเสมอหรือไม่ ถ้าไม่มี "การพบกันเป็นประจำสม่ำเสมอ" ความรู้จักกันที่เกิดขึ้นจะไม่พัฒนาต่อไป กล่าวคือ ไม่มีความหมายต่อความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างกัน เช่น ถึงแม้จะเป็นญาติกันแต่ถ้าไม่มีการพบปะกันเป็นประจำและสม่ำเสมอ ความเป็นญาติกันก็ไม่สามารถทำให้เกิดความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ใกล้ชิดกันได้ ตรงกันข้ามถึงแม้จะเป็นคนที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกันมาก่อน แต่เมื่อรู้จักกันแล้ว

³⁰สรุปจาก กนก วงษ์ตระหง่าน, มิติทางการเมืองในปรากฏการณ์ของสังคมไทย (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529), หน้า 346-348.

มีการไปมาหาสู่กันเป็นประจำและสม่ำเสมอ ความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มี "ความใกล้ชิด" ก็จะมีเกิดขึ้นตามมา

ความใกล้ชิดนี้เป็นรากฐานสำคัญสำหรับคนไทยที่จะทำให้เกิด "ความไว้วางใจ" ต่อกันจะ เห็นว่าความไว้วางใจตั้งอยู่บนรากฐานของความใกล้ชิดที่เกิดขึ้นจากการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัว เพราะฉะนั้นความไว้วางใจสำหรับคนไทยจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัว เป็นสำคัญ ถ้าไม่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวแล้วย่อมเป็นไปไม่ได้ที่จะเกิดความไว้วางใจได้ในหมู่คนไทย เมื่อความไว้วางใจเกิดขึ้นด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่นนี้ บุคคลที่มีความไว้วางใจต่อกัน จึงถือว่าบุคคลนั้นมีคุณสมบัติของ "ความเป็นเพื่อนหรือพวกเดียวกัน" นั้นหมายความว่าถ้าปราศจากความไว้วางใจต่อกันแล้ว ความเป็นเพื่อนหรือพวกเดียวกันของบุคคลเหล่านั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้เช่นเดียวกัน ความเป็นเพื่อนหรือพวกเดียวกันนี้ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก เช่นเดียวกับความไว้วางใจ เมื่อคนหนึ่งถือว่าอีกคนหนึ่ง เป็นเพื่อนหรือพวกของเขา ที่สำคัญคือถึงแม้การช่วยเหลือที่เขาจะให้แก่เพื่อนหรือพวกของเขา นั้นชี้ให้เห็นว่าความเป็นเพื่อนหรือพวกสำหรับคนไทยแล้วมักจะมาก่อนหลักการ

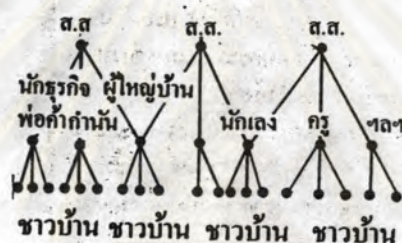
ยิ่งไปกว่านั้น การที่คนไทยบางคนอาจจะพยายามให้หลักการมาก่อน ความเป็นเพื่อนหรือพวก คนนั้นอาจจะถูกคนอื่น ๆ ไม่เห็นด้วยหรือแม้แต่ประณามด้วยเหตุผลที่ว่าไม่เอาเพื่อนหรือพวกของตนได้ ด้วยพลังของสังคม (social force) ที่ยอมรับระบบคิดเช่นนี้ จึงทำให้ความเป็นเพื่อนหรือพวกเดียวกันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้เกิด "การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน" ระหว่างเพื่อนหรือพวกโดยไม่คำนึงถึงหลักการหรือความถูกต้อง ดังที่กล่าวกันเสมอในหมู่คนไทยว่า ถ้าเป็นเพื่อนหรือพวกพ้องกันแล้ว ผิดก็ถูกได้ แต่ถ้าไม่ใช่เพื่อนหรือพวกแล้ว ถูกก็ผิดได้ คำกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นชัดว่าเมื่อเป็นเพื่อนหรือพวกแล้วความถูกต้องขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ส่วนตัว

ด้วยเหตุนี้เองกฎระเบียบหลักเกณฑ์กติกาแม้กระทั่งกฎหมาย บ่อยครั้งพบว่าไม่มีความหมายในทางปฏิบัติ เพราะถูกความสัมพันธ์ส่วนตัวคือความเป็นเพื่อนหรือพวกเข้ามาขวางกั้น การช่วยเหลือกันโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวนี้ได้สร้างเงื่อนไขที่สำคัญให้เกิดตามมาคือ "การพึ่งพากัน" นั่นหมายความว่าคนที่เป็นอย่างนั้นจำเป็นต้องพึ่งพากันต่อไปโดยอาศัยความเป็นเพื่อนเป็นพื้นฐาน ถ้าความเป็นเพื่อนหมดไป การช่วยเหลือกันก็มักจะหมดตามไปด้วย เพราะฉะนั้นเมื่อยังคงต้องการพึ่งพากันอยู่ในลักษณะดังกล่าว จึงจำเป็นต้องคนเหล่านั้นจะต้องพยายามรักษา "การพบปะกันเป็นประจำและสม่ำเสมอ" ไว้ กล่าวคือคนที่เป็นอย่างนั้นจะต้องพยายามกลับไปพบกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มีอยู่ให้คงอยู่หรือให้มีมากขึ้นต่อไป เมื่อถึงจุดนี้วงจรของระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยก็จะหมุนตามตรรกะ เดิมอีก ตามแผนภูมิดังนี้



รูปที่ 2.2 แสดงระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทย

ภายใต้วัจจระของระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยนั้น การพึ่งพากันก็ดี จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันระหว่างผู้อุปถัมภ์ และผู้ใต้อุปถัมภ์ (patron-client) โดยที่ฐานะของทั้งสองฝ่ายนี้แตกต่างกัน ฝ่ายแรกอยู่ในฐานะที่สูงกว่ามีทรัพยากรมากกว่า และจะใช้ไปเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่บริวาร หรือผู้ใต้อุปถัมภ์ ส่วนฝ่ายหลังจะอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่า คือเป็นบริวารของฝ่ายแรกนั่นเองซึ่งตามฐานะก็จะต้องให้บริการต่าง ๆ แก่เจ้านายหรือผู้อุปถัมภ์ ทั้งนี้โครงสร้างของทั้งสองฝ่ายอาจออกมาในรูปกลุ่มหรือเป็นแบบปิรามิดก็ได้ ดังภาพ



รูปที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์

ความสัมพันธ์ในรูปแบบนี้มีลักษณะเด่นอยู่ที่ตัวบุคคล ซึ่งรวมไปถึงความสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัว และลักษณะความเป็นผู้นำ ดังจะขยายความได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่ายนั้น ฝ่ายผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์จะผูกพันอยู่กับตัวผู้นำของตน คือ ผู้อุปถัมภ์ โดยมีผลประโยชน์เป็นตัวเชื่อม มิใช่ผูกพันอยู่กับหลักการระหว่างกันไม่ ดังนั้น ในด้านของผู้อุปถัมภ์เองก็ต้องพิสูจน์ให้บริวารของตนเห็นว่าตนมีความสามารถที่จะปกป้องคุ้มครองพวกเขาได้ หรืออีกนัยหนึ่งต้องแสดงให้เห็นว่า ตนเป็นผู้มีบารมีซึ่งพร้อมที่จะขจัดปัดเป่าปัญหาต่าง ๆ ที่บริวารเข้ามาร้องเรียน เพราะว่าหากผู้นำไม่สามารถกระทำดังนี้ได้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็จะสิ้นสุดลงทันที บริวารเดิมจะย้ายไปอยู่กับนายคนใหม่ที่สามารถช่วยพวกเขาให้พ้นจากความทุกข์ร้อนได้

สรุป

กล่าวโดยสรุป การที่นำเอาทฤษฎีโครงสร้างอำนาจชุมชนและระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยมาอ้างอิงนั้น เพื่ออธิบายถึงประสิทธิภาพของหัวหน้าในการการซื้อเสียง กล่าวคือ ในชุมชนหนึ่ง ๆ จะมีอำนาจในชุมชนหลายแห่ง อำนาจจะเกิดจากผู้นำ ซึ่งในที่นี้แบ่งโครงสร้างของผู้นำออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. โครงสร้างผู้นำแบบทางการ (formal leadership structure) กล่าวโดยทั่วไป ลักษณะตำแหน่งของผู้นำซึ่งมีอยู่ในหมู่บ้านแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

- ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน กำนัน แพทย์ประจำตำบล
- คณะกรรมการต่าง ๆ ขององค์การชุมชน เป็นต้นว่า กลุ่มชาวนา คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้านและคณะกรรมการสภาตำบล ตลอดจนข้าราชการประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งอำนาจหน้าที่ของทางราชการตั้งอยู่ และประชาชนก็ตระหนักในฐานะของการเป็นผู้นำ ตำแหน่งเหล่านี้เป็นได้โดยการเลือกตั้ง แต่งตั้ง และประกาศเป็นทางการให้ทราบ ถ้าหากว่าบุคคลใดมีคุณสมบัติครบถ้วนตามต้องการอาจจะได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งหลาย ๆ ตำแหน่งในเวลาเดียวกัน ตำแหน่งฐานะความรับผิดชอบของผู้นำแบบทางการจึงเป็นที่ทราบกันทั่วไปในหมู่บ้าน

2. โครงสร้างผู้นำแบบไม่เป็นทางการ (informal leadership structure) ผู้นำชนิดนี้เกิดจากการสังสรรของชาวบ้านอย่างไม่เป็นทางการมาเป็นเวลาช้านาน ลักษณะของกลุ่มในหมู่บ้านเป็นแบบกลุ่มปฐมภูมิ (primary group) จึงเพิ่มความใกล้ชิดสนิทสนมซึ่งกันและกัน มีการติดต่อสัมพันธ์แบบตัวต่อตัวในระหว่างชาวบ้านด้วยกันเอง และผลที่ตามมาคือได้มีการพัฒนากลุ่มแบบไม่

เป็นทางการในหมู่บ้านนั้น ซึ่งได้แก่ ผู้เฒ่า ผู้แก่ หรือสมาชิกที่อาวุโสที่สุดของครอบครัวชาย อดีตรบพระภิกษุ สามเณร ชาวนาที่มีฐานะมั่งคั่ง สมาชิกที่มีชื่อเสียงของกลุ่มต่าง ๆ และผู้ที่มีความรู้ความสามารถพิเศษจนได้รับการยกย่อง มีความเชี่ยวชาญในอาชีพที่ตนทำอยู่ อาทิเช่น หมอแผนโบราณ ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อชาวบ้านมาก ชาวบ้านจะให้ความเคารพยกย่องและให้ความเชื่อถือ ทั้งนี้เนื่องมาจากว่าวิธีการที่เขาใช้กับชาวบ้านเป็นแบบกันเอง เมื่อมีเรื่องเดือดร้อนก็จะคุยสื่อกันบ้าง เพื่อจะได้หาทางแก้ไข ผู้นำแบบไม่เป็นทางการเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพและ เชื่อมโยง หรือเป็นตัวประสานกับผู้นำแบบทางการ

ดังนั้น เมื่อถึงฤดูกาลเลือกตั้งในการปฏิบัติภารกิจซื้อเสียง ผู้นำในชุมชนเหล่านี้จะแปรสภาพเป็นหัวคะแนนเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้สมัครกับประชาชน และมีความสัมพันธ์กับประชาชนตามลักษณะของระบบแห่งความสัมพันธ์ของคนไทยหรือตามลักษณะของระบบอุปถัมภ์ ซึ่งเป็นแบบใดก็ได้แล้วแต่คุณลักษณะ เฉพาะของหัวคะแนนในแต่ละบุคคล

ผลสะท้อนที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้รับคือ คะแนนเสียงที่ได้รับ ถ้าประสบความสำเร็จได้รับเลือกตั้งย่อมแสดงให้เห็นว่าหัวคะแนนมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามเมื่อได้กล่าวถึงแนวทางศึกษาในมิติของกระบวนการใช้เงินซื้อเสียงแล้ว ในขั้นตอนต่อไปจะได้กล่าวถึงแนวทางศึกษาถึงพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของประชาชนอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียง ซึ่งเป็นจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้

แนวทางศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงอันเกิดจากการใช้เงินซื้อเสียงเลือกตั้ง

พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่เกิดจากกระบวนการใช้เงินซื้อเสียงนั้น ยังไม่มีทฤษฎีที่ตายตัวมาอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว จึงได้นำกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้เงินซื้อเสียงมาพิจารณาเป็นฐานในการวิเคราะห์ 3 กลุ่มทฤษฎีด้วยกัน คือ

1. ตัวแบบสังคมวิทยา (Sociological Model)
2. ตัวแบบจิตวิทยา (Psychological Model)
3. ตัวแบบเศรษฐศาสตร์ (Economic Model)

ตัวแบบสังคมวิทยา (Sociological Model)

แนวความคิดหลักประการหนึ่งในทางสังคมวิทยาที่น่านำมากล่าวถึงก็คือ ฐานะตำแหน่งทางสังคม (sociological status) ที่เป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดความแตกต่างในพฤติกรรมของคน³¹

ฐานะตำแหน่งดังกล่าวอาจได้มาโดยกำเนิด เช่น เพศ ฯลฯ หรือ ได้มาจากการกระทำขึ้นมาในภายหลัง เช่น ความรวย ฯลฯ ดังนั้นในสังคมบุคคลจึงประกอบไปด้วยสิ่งที่นักสังคมวิทยาเรียกว่า ชั้นทางสังคม (social class) นักสังคมวิทยาทางการเมืองพบว่า ชั้นทางสังคม (social class) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง หากแบ่งประชาชนออกเป็นชั้นสูงและชั้นต่ำ โดยฐานะทางเศรษฐกิจของคน (การศึกษา, รายได้, อาชีพ ฯลฯ) จะพบว่า "ชั้นสูงตัดสินใจเลือกได้เร็ว มีความผูกพันกับพรรคหรือบุคคล หรือนโยบายทางการเมืองสูง พวกนี้จะไม่เปลี่ยนใจเลือกง่าย ๆ เป็นตัวของตัวเอง ในทางการเมือง ในทางตรงกันข้าม ชั้นต่ำมักตัดสินใจเลือกช้า เปลี่ยนใจง่าย และเป็นพวกถูกระดมทางการเมือง"³²

³¹ ทิตยา สุวรรณะชญ, สังคมวิทยา (กรุงเทพมหานคร ; ไทยวัฒนาพานิช, 2527), หน้า 38.

³² Martin Harrop and William L. Miller, Election and vote : A comparative introduction, pp. 157-158.

งานแห่งของพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง นักรัฐศาสตร์ได้หยิบยืมแนวคิดทางสังคมวิทยา คือ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในสมัยแรก ๆ โดยมุ่งศึกษาถึงอิทธิพลของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล (ที่บ่งชี้โดยเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้) ที่มีต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เช่น การศึกษาวิจัยของ เมอริแอม (Merriam) และ กอสแนล (Gosnell) พบว่า "ในกลุ่มผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองคล้ายคลึงกัน"³³

หลังจากนั้นพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งก็ได้เริ่มมีการศึกษาอย่างเป็นระบบมากขึ้น ลาร์ซาเฟลด์ (Larzsarsfeld) เบอ์เรลสัน (Berelson) และกัวเดท (Guadet) อธิบายการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี 1944 โดยพบว่า "สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล เช่น การศึกษา รายได้ และชนชั้น) ศาสนา และสถานที่พำนัก (อยู่ในเมืองหรือชนบท) มีความเกี่ยวข้องอย่างแน่นแฟ้นกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล ตัวอย่างเช่น พวกที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ซึ่งอยู่ในเขตเมืองและมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูงส่วนมากจะเลือกพรรครีพับริกัน"³⁴

ศูนย์วิทยุทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³³ Charles E. Merriam and Harold F. Gosnell, Non-Voting : Causes and methods of Control. (New York : University of Chicago Press, 1924).

³⁴ Icek Ajzen and Martin Fishbein, Understanding Attitude and predicting social behavior (New Jersey : Prentice Hall, Inc., 1980), p.174.

จากการศึกษาของ เบอร์เรลสัน (Berelson) และคณะ³⁵ ในปี ค.ศ. 1954 พบว่า อาชีพ ที่อยู่อาศัย (ชนบทหรือในเมือง) ศาสนาและอุปนิสัย การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในอดีต เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล บรูม (Broom) และ เซลซนิค (selznich) ได้ทำการสำรวจภายหลังการเลือกตั้ง ค.ศ. 1964 พบว่า "มีความแตกต่างกันในการเข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกตั้งระหว่างผู้ที่มีอายุ เพศ เชื้อชาติ ถิ่นที่อยู่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้และลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน ตัวแปรที่ก่อให้เกิดความแตกต่างที่เห็นได้ชัด คือ การศึกษา รายได้ ถิ่นที่อยู่และอายุ"³⁶

เบรดิค (Burdick) และบรอดเบ็ค (Brodbeck) ได้วิเคราะห์ธรรมชาติทางการเมืองของประชาชนผู้ออกเสียงเลือกตั้งจากงานวิจัยของเขา และสรุปว่า ผู้ลงคะแนนเสียงในปัจจุบันคือผู้ที่เคยไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมาครั้งแล้วครั้งเล่า และในการลงคะแนนเสียงแต่ละครั้งก็ใช้ข้อมูลเพียงน้อยนิด การตัดสินใจเลือกตั้งก็กระทำไปโดยมิได้นึกถึงเหตุผลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพิจารณาแต่อย่างใด ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงสามารถตัดสินใจเลือกตั้งได้ตั้งแต่การหาเสียงยังไม่เริ่มต้น ทั้งนี้โดยมีพื้นฐานของครอบครัว ฐานะทาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³⁵Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld and William M. McPhee, Voting : A study of opinion formation in a presidential campaign (Chicago: University of Chicago Press, 1954), p.432.

³⁶Leonard Broom and Phillip Selznick, Sociology: A text with adapted reading (New York : Harper and Row, 1973), p. 526.

เศรษฐกิจและสังคมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจ³⁷

จากผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่กล่าวมาแล้วนี้สรุปออกมาเป็นประโยคสั้น ๆ ได้ว่า "บุคคลมีความนึกคิดทางการเมืองตามสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของตน"³⁸

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยประชากรด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อาจสรุปผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ดังนี้

1. เพศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ความสนใจและการนิยมพรรคใดพรรคหนึ่ง และมีผลต่อความกระตือรือร้นและความคิดเห็นสอดคล้องทางการเมือง แต่ไม่ได้กำหนดการตัดสินใจเลือกพรรคใด³⁹ จากการศึกษาวิจัยพบว่า เพศชายมีแนวโน้มในการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง

³⁷Eugene Burdick and Arthur J. Brodbeck, American Voting Behavior (New York: The Free Press, 1959), pp. 139-140.

³⁸สุจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย, หน้า 19.

³⁹กนก บิณศิริวานิช, "พฤติกรรมการณ์การเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเขต 8 กรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 58.

(Agger 1964; Almond 1963 and Berelson 1954)⁴⁰ และผู้หญิงมีแนวโน้มที่ออกเสียงให้กับพรรคที่ค่อนข้างจะมีแนวทางอนุรักษนิยม และมีความกระตือรือร้นน้อยกว่าเพศชาย และจากผลการศึกษาของ Hugh A. Bone และ Austin Ranney พบว่าเพศมาได้เป็นสิ่งกำหนดการตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครพรรคการเมืองใดมากกว่ากัน⁴⁴

2. อายุ มีผลต่อความสนใจ และการมีส่วนร่วมทางการเมือง จากผลการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่พบว่า การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองจะเพิ่มขึ้นตามอายุจนกระทั่งถึงวัยกลางคน และจะค่อย ๆ ลดลงทีละน้อยในวัยสูงอายุ และอายุยังมีผลต่อการสนับสนุนพรรคใดพรรคหนึ่ง ตลอดจนการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทางการเมือง⁴²

3. ครอบครัว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมลงคะแนนเสียง เลือกตั้ง เพราะครอบครัวเป็นหน่วยแรกที่บ่อนการเรี่ยไรให้เด็กและสร้างความรู้สึกทางการเมืองตลอดจนความคิดเห็นทางการเมืองให้แก่เด็ก จากผลการวิจัยของ โบน (Bone) และ แรนเนย์ (Ranney) ในปี ค.ศ. 1956-1958 พบว่า "ถ้าพ่อแม่มีความคิดเห็นในเรื่องการเลือกตั้งตรงกัน ลูกจะมีความเห็นตรงกับพ่อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴⁰มานะ ศรี ยงเจริญ, "การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยรามคำแหง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523), หน้า 84.

⁴¹กนก บัณฑิตวานิช, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง...", หน้า 31-32.

⁴²เรื่องเดียวกัน, หน้า 32-34.

แม่ด้วย แต่ถ้าพ่อแม่มีความเห็นต่างกัน ลูกจะมีความคิดเห็นต่างกันไปด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้วลูกจะลงคะแนนเสียง เลือกตั้งตรงกับพ่อแม่"⁴³

4. การศึกษา ก่อให้เกิดความแตกต่างในการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง ระดับการลงคะแนนเสียง การนิยมพรรคใด และการสำนึกในบทบาทของสถาบันทางการเมือง จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่ขาดการศึกษา (Agger 1964; Almond 1963; Berelson 1954; Verba 1971 และ Rosenau 1974)⁴⁴ เจ.เอส.มิลล์ (J.S.Mill) เห็นว่า ผู้ที่ได้รับการศึกษาสูง จะไปลงคะแนนเสียงมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ส่วน โบน (Bone) และ แรนนี่ (Ranny) พบว่า พวกที่มีการศึกษาสูงจะนิยมพรรครีพับริกัน ส่วนพวกที่มีการศึกษาน้อยจะนิยมพรรคเดโมแครต⁴⁵

5. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และการสนับสนุนตัวแทนที่มีความคิดเห็นและแนวทางคล้ายกัน จากการวิจัยของศูนย์การวิจัยมหาวิทยาลัยมิชิแกนพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง มักจะสนใจทางการเมืองมากที่สุด และผู้มีการศึกษาและฐานะค่อนข้างต่ำ จะสนใจทางการเมืองน้อยสุด⁴⁶

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴³Hugh A. Bone and Austin Ranney, Politics and voters (New York : McGraw - Hill Company, 1976), p. 140.

⁴⁴มานะศรี ยงเจริญ, "การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาไทย...", หน้า 82.

⁴⁵กนก บิณฑิรวานิช, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง...", หน้า 37.

⁴⁶เรื่องเดียวกัน, หน้า 39.

ข้อสรุปทั่วไปจากงานที่กล่าวมาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า สถานภาพทาง เศรษฐกิจ และสังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ซึ่งแนว ความคิดดังกล่าวแม้จะใช้เป็นคำตอบสำหรับแสดงความแตกต่างของผลการเลือก ตั้งได้ในระดับหนึ่ง และจะอาศัยทฤษฎีนี้เป็นตัวอธิบายถึงความแตกต่างของผู้ลง คะแนนเสียงเลือกตั้ง ภายใต้อธิษสมมติที่ว่า เมื่อผู้ลงคะแนนเสียงตัดสินใจลง คะแนนเสียงโดยขึ้นกับผลประโยชน์ บางอย่าง คนกลุ่มใดจะตกอยู่ภายใต้อิทธิพล นั้น ซึ่งสถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมจะเป็นตัวชี้ให้เห็นประเด็นของปัญหาของ งานวิจัยนี้ให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

ตัวแบบจิตวิทยา (Psychological Model)

ตัวแบบทางจิตวิทยาที่นักรัฐศาสตร์แนวพฤติกรรมศาสตร์ให้ความสนใจ ศึกษาได้แก่เรื่อง พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอันเกิดขึ้นจากความผูก พันทางจิตใจต่อพรรคการเมือง การศึกษาวิจัยจะ เน้นหนักในเรื่องความผูกพัน พรรคการเมือง หรือ party identification

ในทางรัฐศาสตร์ ความผูกพันพรรค (party identification) คือความจงรักภักดี หรือ ความเชื่อที่มีต่อพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง คล้าย ๆ กับประชาชนเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือศาสนา ซึ่งเชื่อว่าจะสามารถสนอง ประโยชน์ตามที่ตนต้องการได้ และพร้อมที่จะปฏิบัติตามความเชื่อนั้น ในขณะที่เดียวกันก็จะมี การถ่ายทอดความเชื่อนั้นต่อกันไปในรูปของกระบวนการเรียนรู้ในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความผูกพันพรรคการเมืองมีลักษณะคล้ายกับการเข้าร่วมสังกัดกลุ่ม กต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งทำให้บุคคลผูกพันกับกลุ่มและปฏิบัติตามกลุ่มที่ตนสังกัดนั้น แต่ ความผูกพันที่ว่านี้บางครั้งเรามีอาจรู้ได้ว่าเป็นอย่างไร และมีระดับไหน เพราะ เป็นสิ่งที่อยู่ในใจ และบางครั้งไม่แสดงออกถึงความผูกพัน แต่บางครั้งก็สามารถ สังเกตได้บ้างจากการแสดงออกทางการเมือง เช่น การให้การสนับสนุนด้าน ต่าง ๆ แก่พรรคการเมืองที่ตนชอบ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเพื่อความชัดเจน จึงได้รวบรวมความหมายของความผูกพันพรรคการเมืองไว้ ดังนี้

1. วอลเตอร์ เอ.โรเซนบัม⁴⁷ (Walter A. Rosenbaum) โรเบิร์ต อี.เลน⁴⁸ (Robert E. Lane) และริชาร์ด โรส⁴⁹ (Richard Rose) อธิบายไว้ว่า เป็นเรื่องจิตวิทยาของบุคคลที่มีความรู้สึกผูกพัน (attachment) ที่มีต่อพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ (belongs) โดยการแสดงตนเป็นสมาชิกพรรคการเมืองนั้น ความรู้สึกเช่นนี้บุคคลจะยึดมั่นพรรค นำไปสู่พฤติกรรมทางการเมืองในรูปแบบลักษณะ และระดับที่แตกต่างกันออกไป

2. ฮิว เอ. โบน (Huge A. Bone) และออสติน แรนนีย์⁵⁰ (Austin Ranny) อีปโปลิโท (Ippolito) และคณะ⁵¹ เอฟสเดน

⁴⁷Walter A. rosenbaum, Political culture : Basic concepts in political science (britain : Praeger Publishers, Inc., 1975), p. 120.

⁴⁸Robert E. Lane, Political man (New York : Free Press, 1977), p. 46.

⁴⁹Richard Rose, Electoral behavior:A comparative handbook (New York : The Free Press, 1974), p. 451.

⁵⁰Hugh A. Bone and Austin Ranny, Politics and voters, 3rd ed. pp. 7-15.

⁵¹Dannis S.Ippolito, Thomas G.Walkers and Kenneth L. Kolson, Public opinion and responsible democracy (Englewood Cliff : Princetice Hall, Inc., 1976), pp. 73-75.

(Epstein)⁵² พอลส์บี (Polsby) และ วัลด์แดฟสกี⁵³ (Wildavsky) ใน (Nie) และ เวอร์บา⁵⁴ (Verba) เน้นเกี่ยวกับทัศนคติที่ดี และความภักดี (attitude and loyalty) ของบุคคลที่มีต่อพรรคการเมือง กล่าวคือ การที่บุคคลผูกพันกับพรรคการเมืองเพราะความชอบ (preference) พรรคการเมืองนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ความชอบเช่นนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของเหตุผล แต่เป็นเรื่องของการเรียนรู้ที่มีการอบรมสั่งสอน และสืบทอดกันมาทางสถาบันทางสังคม เช่น เดียวกันกับความชอบที่บุคคลมีต่อครอบครัว ศาสนา หรือสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ที่ตนเป็นสมาชิก และมีการแสดงการตอบสนองซึ่งอาจจะชัดเจน (overt) หรือไม่ก็ได้

ตามที่นักรัฐศาสตร์อธิบายและประมวลมาข้างต้น ได้เห็นถึงการแสดงความผูกพันหรือความชอบ ซึ่งเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาบุคคล หากจะมองทางด้านจิตวิทยาโดยตรงว่าการที่บุคคลแสดงความผูกพันนั้น เรียกว่า "การแสดงออกอย่างเกี่ยวข้องกับผูกพัน"⁵⁵ (identification) ซึ่งหมายถึงสถานการณ์ที่แสดงพฤติกรรมโต้ตอบต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น หรือสิ่งอื่น ๆ โดยพยายามประพฤติ

⁵² Leon D. Epstein, Political parties in western democracies (London : Paul Mall Press, 1967), p. 78.

⁵³ Neson W. Polsby and Aron B. Wildavsky, Presidential election, 2nd ed. (New York : Charles Scibner's Sons, 1968), p.10.

⁵⁴ Nie, Verba and Petrocik, The changing American voter (America : The Twentieth Century Fund, 1976), p. 29.

⁵⁵ วุฒิชัย จานงค์, การเรียนรู้ : ทฤษฎีเบื้องต้นและประยุกต์ (กรุงเทพมหานคร : เจริญรัตน์การพิมพ์, 2521) หน้า 168-175.

ปฏิบัติที่เหมือนกับสิ่งเหล่านั้น โดยเน้นหนักพฤติกรรมกาเลียนแบบ (imitative behavior) คือบุคคลยึดเอาลักษณะต่าง ๆ ทางจิตวิทยาของบุคคลอื่น หรือสิ่งอื่นเข้าเป็นของตนเอง พฤติกรรมเช่นนี้เป็นการแสดงการรับรู้ (perception) เอาสิ่งภายนอกบางส่วนมาเป็นตัวแบบการรับรู้ และเข้าใ้จภายในของบุคคล

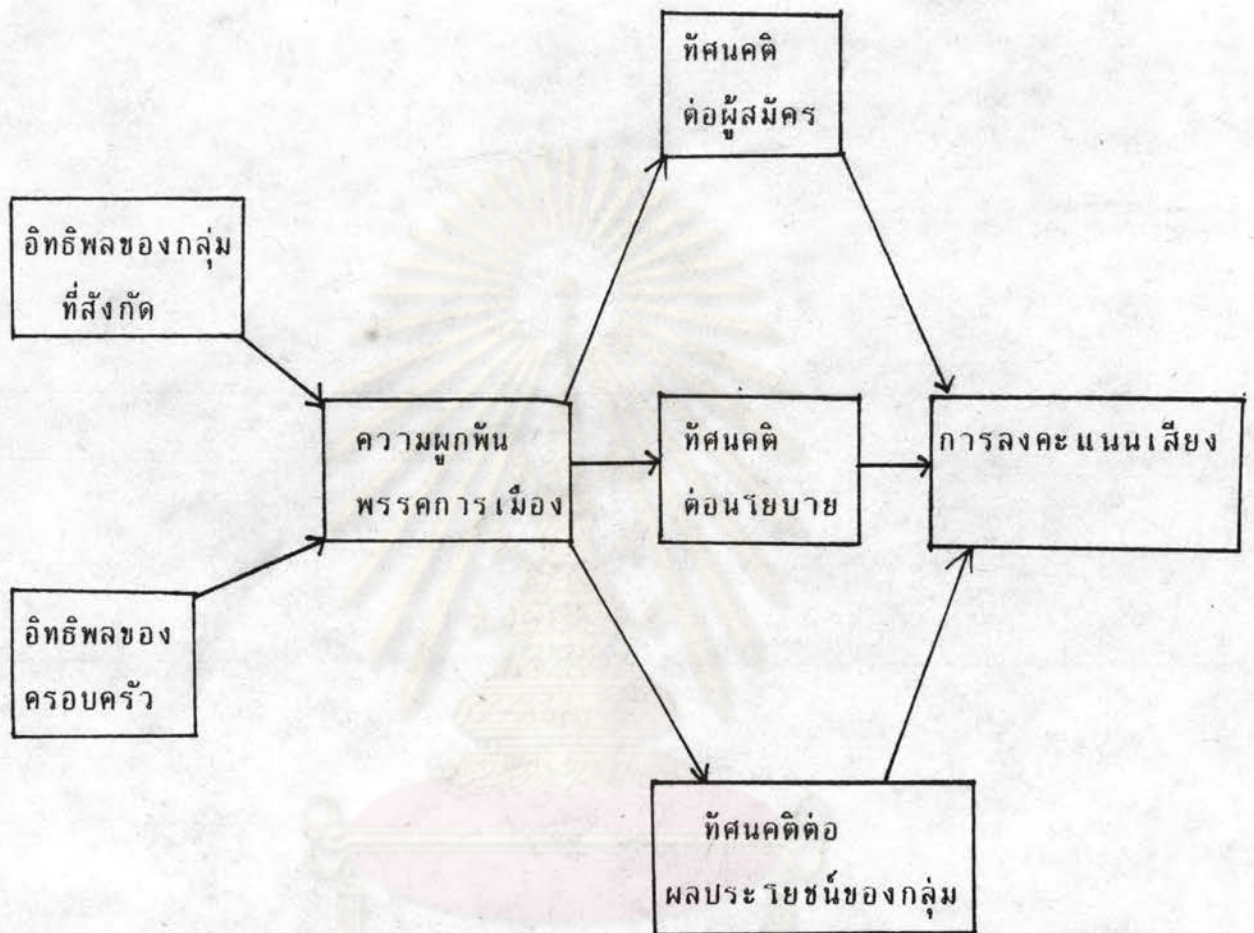
โดยสรุปความผูกพันพรรคการเมือง เป็นเรื่องของสังคมจิตวิทยาของบุคคลที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม ที่มีต่อพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง กล่าวคือ มีความรู้สึกพึงพอใจ สนใจ ฝักใฝ่ นิยมชมชอบ หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของพรรคการเมือง ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้ เนื่องมาจากการรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน กลุ่มเดียวกับตน ซึ่งอาจจะเป็นชนชั้น หรืออุดมการณ์ หรือสถานภาพเดียวกับตนก็ได้ ขณะเดียวกันก็เป็นผลมาจากการเรียนรู้ของบุคคลในรูปของกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคม (socialization) โดยเริ่มเรียนรู้ความผูกพันตั้งแต่วัยเด็ก โดยมีสถาบันครอบครัวเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงการสั่งสม การเรียนรู้ประสบการณ์ทางการเมืองและสังคม ในรูปกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องผูกพันซึ่งกล่าวไว้แล้วในตอนต้น

ความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้ง

จากความหมายและลักษณะความผูกพันพรรคการเมืองตามที่กล่าวมาแล้วนั้นชี้ให้เห็นว่า ความผูกพันพรรคการเมืองเป็นพฤติกรรมทางการเมืองอย่างหนึ่ง ที่เป็นผลมาจากการสั่งสมประสบการณ์การเรียนรู้และถ่ายทอดความผูกพันในรูปแบบของกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมของบุคคลและกลุ่มบุคคลในสังคม ดังนั้น "ความผูกพันพรรคการเมืองจึงมีความสัมพันธ์ทั้งความคิดและการกระทำ"⁵⁶

หากนำแนวความคิดดังกล่าวผนวกกับการกระทำที่เกิดขึ้นจริง มาร์ติน ฮาร์รอป (Martin Harrop) และ วิลเลียม แอล. มิลเลอร์ (William L.

Miller) ได้สร้างแบบแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงไว้ ดังภาพ⁵⁷



รูปที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง

⁵⁶Niel, A. McDonald, The study of political parties, 3 rd ed. (New York : Random House, Inc., 1963), p. 56.

⁵⁷Harrop and Miller, Elections and voters : A comparative introduction, p. 132.

ฮาร์โรบ และ มิลเลอร์ ยังได้สรุปทฤษฎีว่าด้วยความผูกพันพรรคการเมืองไว้ 5 ประการคือ⁵⁸

1. ผู้ลงคะแนนเสียงส่วนมากมีความชอบหรือไม่ชอบพรรคการเมืองบางพรรคเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ครอบครัวยุติธรรมสูงในเรื่องนี้
2. ความผูกพันพรรคทำให้ผู้สมัครสนใจข่าวสารการเมืองมากขึ้น นั่นคือ ความผูกพันพรรคมีอิทธิพลทางอ้อมด้วย
3. บกิตความผูกพันพรรค จะมีช่วงระยะเวลาคงอยู่อย่างน้อยในช่วงเวลาหนึ่ง จึงไม่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ชั่ววูบ
4. บุคคลที่มีความผูกพันพรรคการเมือง มักจะกลับมาชอบพรรคเดิมหลังจากที่ได้เบี่ยงเบนไปเลือกพรรคอื่นในช่วงสมัยที่มีเหตุการณ์เฉพาะอย่างเกิดขึ้น
5. ความผูกพันพรรคการเมืองทำให้คาดการณ์คะแนนเสียงพื้นฐานได้

โดยเฉพาะในประเด็นสุดท้ายที่ว่า ความผูกพันพรรคการเมืองทำให้คาดการณ์คะแนนเสียงพื้นฐานได้นั้น นับเป็นหัวใจของการศึกษาความผูกพันพรรคการเมืองกับพฤติกรรมลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ ในสหรัฐอเมริกาเริ่มมีการศึกษาเรื่องนี้ตั้งแต่ ค.ศ. 1952 โดยประเด็นที่นำมาใช้ศึกษาคือ "ความผูกพันพรรคการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน หรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน และใช้เป็นตัวทำนายผลของการเลือกตั้งว่าจะเป็นอย่างไร พรรคไหนจะได้รับการเลือกตั้งมากที่สุด เพราะถือว่าเป็นพลังที่สำคัญต่อการทำนายพฤติกรรมทางการเมือง⁵⁹ และมี

⁵⁸ Ibid., pp. 133-134.

⁵⁹ Barber, Citizen politics, p. 64.

ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน⁶⁰ นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ที่สําคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน⁶¹

การศึกษาโดยส่วนใหญ่จะศึกษาในลักษณะที่ว่าประชาชน มีความผูกพันเพียงใดในการเลือกตั้งคราวหนึ่ง โดยแบ่งความผูกพันออกเป็นระดับมาก (strong) น้อย (weak) หรือ อิสระ (independent) และความผูกพันที่แตกต่างกันมีผลต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือพฤติกรรมทางการเมืองต่างกันหรือไม่ และตรวจสอบดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงการลงคะแนนเสียงครั้งก่อนกับครั้งหลังหรือไม่ ตลอดจนการนำเอาปัจจัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมาสัมพันธ์กับความผูกพันพรรคการเมืองด้วย⁶²

ในการเลือกตั้งของประชาชน ความผูกพันพรรคการเมืองถือว่าเป็นปัจจัยแรงจูงใจ (motivation) และเป็นปัจจัยที่ช่วงสมัยระยะสั้น (short-term-force) เพราะมีการเปลี่ยนแปลงความผูกพันพรรคการเมืองซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนอย่างสำคัญ และความผูกพันพรรคการเมืองมีระดับความเข้มของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ คนที่มีความเข้มมาก (strong) ในความผูกพันจะลงคะแนนเสียงทุกครั้ง คนที่มีความเข้มน้อย

⁶⁰Samual J. Elderveld, Political party in American politics (New York : Free Press, 1962), p. 72.

⁶¹McDonald, The Study of Political Parties, p. 65.

⁶²Eugene Burdick and Arthur J. Brodbeck, American voting behavior (illinois : The Free Press, 1959), p. 39.

(weak) เป็นเพียงผู้เห็นใจ (sympathizer) และลงคะแนนเสียงให้บ่อยครั้ง พวกที่อิสระ (independent) มีความนิยมน้อยหรือไม่มีต่อพรรคการเมืองการเมืองใด ๆ เลย⁶³

โดยสรุปจากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความผูกพันพรรคการเมืองที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างแน่นแฟ้น ซึ่งกรอบแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวนี้จะนำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ แต่มีคำถามที่สำคัญคือ จะใช้อะไรเป็นดัชนีชี้วัดความรู้สึกเป็นเจ้าของและ ฯลฯ แต่เพียงอย่างเดียว ต่างก็เป็นรูปของนามธรรม (abstract) ซึ่งวัดไม่ได้

โรเบิร์ต อาร์ อัลฟอร์ด (Robert R. Alford) ศึกษาพรรคการเมืองในอเมริกาสองพรรคใหญ่ คือพรรครีพับลิกัน (Republican) และพรรคเดโมแครต (Democrat) พบว่า "คนอเมริกันมีความผูกพันพรรคโดยอ้างถึงชนชั้นหรืออุดมการณ์ทางการเมือง เช่น พรรครีพับลิกันเป็นชนชั้นที่มีฐานะดี พรรคเดโมแครตเป็นพวกชั้นกรมาชีพ ชนกลุ่มน้อย มีสถานภาพต่ำและยังมีนโยบายตรงกับตน"⁶⁴ นอกจากนี้บุคลิกของผู้นำก็มีส่วนสร้างความผูกพันจากการสัมภาษณ์คนอเมริกันพบว่า "คนที่ชอบพรรคเดโมแครต เพราะเขาคิดว่าเป็นกลุ่มอาชีพเดียวกันกับเขา หรือศาสนาของเขา หรือชนชั้นของเขา"⁶⁵

⁶³William H. Flanigan, Political behavior of

American electoral 2 nd ed. (Boston : Allyn and Bacon, Inc., 1973), p. 25.

⁶⁴Robert R. Alford, Party and society: The Anglo - American democracies (Chicago : Rand McNally and Company), p.222.

⁶⁵Barber, Citizen politics p. 70.

ดังนั้นความผูกพันพรรคการเมืองของประชาชนจึงมีความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันไป บางคนชอบนโยบาย คิดว่านโยบายพรรคตรงกับตน มีความรู้สึกว่าเป็นชนชั้นเดียวกับตน หรือชอบบุคลิกของผู้นำ "แม้ว่าความผูกพันพรรคการเมืองไม่ได้หมายความว่าเฉพาะการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเท่านั้น เพียงแต่ให้การสนับสนุนพรรค เพราะเขาชอบอะไรก็ตามของพรรคการเมืองนั้น หรืออาจเป็นเพราะพรรคช่วยเหลือเขา เป็นสมาคมเดียวกับเขา เชื่อถือในตัวผู้สมัครขณะเดียวกันก็เชื่อถือพรรคการเมืองไปด้วย"⁶⁶ ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลที่ประเมินพรรคจากการรับรู้ประสบการณ์ที่ได้รับมาในชีวิตที่แตกต่างกัน

ด้วยเหตุที่มีปัจจัยหลายประการในองค์ประกอบของความผูกพันพรรคการเมือง ดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ในส่วนของการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะของความผูกพันพรรคการเมืองนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์เลือกตั้งของไทยที่ปรากฏอย่างเด่นชัดผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรที่จะวัดลักษณะของความผูกพันพรรคการเมืองในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งออกเป็น 3 ประการด้วยกัน คือ

1. ความนิยมในตัวหัวหน้าพรรค เป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าจะเป็นแรงผลักดันให้ผู้เลือกตั้งลงคะแนนให้กับพรรคใดพรรคหนึ่ง กล่าวคือ ชื่อเสียงของหัวหน้าพรรค ถ้ามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีประสบการณ์ มีความสามารถ ความเป็นผู้นำ คุณสมบัติเหล่านั้นผู้ลงคะแนนเสียง คาดหวังว่าจะสามารถทำประโยชน์ให้กับท้องถิ่นได้ หากมีความสามารถในการเป็นรัฐบาล
2. ความพอใจนโยบายพรรค ซึ่งอาจจะเป็นความสนใจนโยบายบางประการของผู้สมัคร หรือของพรรคการเมืองนั้นในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

⁶⁶ Bone and Ranny, Politic and voters, p. 495.

3. ความสม่ำเสมอในการเลือกพรรค หมายความว่า ผู้ลงคะแนนเสียงได้มีความผูกพันหรือจงรักภักดีต่อพรรคการเมืองพรรคหนึ่งพรรคใด โดยการลงคะแนนให้พรรคนั้นทั้งในทาง เลือกตั้งครั้งก่อนและครั้งนี้ ถ้ามีความสม่ำเสมอในการเลือกพรรคใด ก็อาจนำไปสู่ความผูกพันที่มีต่อพรรคนั้นได้

อย่างไรก็ตาม ดัชนี (indicator) ทั้ง 3 ประการนี้เป็นการวัดเฉพาะงานวิจัยนี้เท่านั้น แม้ดัชนีดังกล่าวจะเคยมีผู้ศึกษาและให้ผลสรุปออกมาว่า "ในการเลือกตั้งของไทยนั้นการลงคะแนนเสียงมักให้ความสำคัญกับตัวผู้สมัครมากกว่าพรรคการเมือง"⁶⁷ ดังนั้นจึงน่าที่จะนำมาตรวจสอบซ้ำให้แน่ชัดว่าความผูกพันในการเลือกตั้งของไทยที่มีต่อพรรคการเมืองนั้นมีอยู่มากน้อยเพียงใด ในกรณีที่เขตการเลือกตั้งนั้นมีการแข่งขันการเลือกตั้งสูงทำให้มีการซื้อเสียงเลือกตั้งสูงตามไปด้วย

ตัวแบบเศรษฐศาสตร์ (Economic Model)

ตัวแบบเศรษฐศาสตร์นี้มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "ตัวแบบการเลือกที่มีเหตุผล" หรือ The rational choice model โดยเห็นว่า "ผู้ลงคะแนนเสียงรู้ว่าผลประโยชน์ของตนคืออะไร ผู้ลงคะแนนเสียงจะประเมินผู้สมัครว่าให้ประโยชน์แก่ตนเพียงใด และลงคะแนนเสียงตามผลของการประเมินนั้น"⁶⁸

⁶⁷สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย, หน้า 184.

⁶⁸Harrop and Miller, Elections and voters : A Comparative introduction, p. 145.

แนวความคิดดังกล่าว ตั้งอยู่บนฐานคติที่สำคัญ 3 ประการ คือ⁶⁹

1. การตัดสินใจลงคะแนนเสียงของผู้ลงคะแนนเสียงจะพิจารณาจากผลประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้ง
2. การลงคะแนนเสียงของผู้ลงคะแนนเสียงนั้น จุดสนใจจะมุ่งไปที่เป้าหมายทางการเมืองของผู้ลงคะแนนเสียง (voter's political goal)
3. การตัดสินใจลงคะแนนเสียงขึ้นกับข่าวสารทางการเมืองที่ผู้ลงคะแนนเสียงได้รับ

ในลักษณะดังกล่าว ผู้ลงคะแนนเสียงถือเป็นผู้มีเหตุผล (เฉพาะเจาะจง) (rational voter) กล่าวคือ เมื่อผู้ลงคะแนนเสียงยอมรับว่าจะต้องมีการตัดสินใจ และได้รับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือนโยบายของพรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่หรือผู้ลงคะแนนเสียงที่ผูกพันกับพรรคการเมืองหรือผูกพันกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ก็จะสร้างหลักเกณฑ์ในการที่จะคัดเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง เพื่อที่จะคัดเลือกผู้สมัครที่ตนเองถูกใจมากที่สุด ให้เหลือจำนวนเท่ากับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่พึงมีได้ หรือเท่าที่ตนเองต้องการจะลงคะแนนเสียงให้ ผู้ลงคะแนนเสียงก็จะสร้างหลักเกณฑ์ของตนเองว่า ในการลงคะแนนเสียงครั้งนี้ จะให้ความสำคัญกับพรรคการเมืองหรือให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคล ในขั้นตอนนี้จะเริ่มมีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อให้ผู้ลงคะแนนเสียงเห็นชอบกับตัวผู้สมัคร ข่าวสารต่าง ๆ ทั้งในด้านส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือนโยบายของพรรคการเมือง ก็จะเริ่มเข้าสู่ประชาชนผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผู้ลงคะแนนเสียงก็จะเริ่มประเมินข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมานั้น ว่าสอดคล้องกับหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของผู้ลงคะแนนเสียงหรือไม่ ผู้ลงคะแนนเสียงบางคนอาจจะให้ความสำคัญกับนโยบายของพรรคการเมือง หรือบางคนอาจให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง

⁶⁹ Ibid., pp. 145-146.

หลักเกณฑ์ในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้น นักวิชาการบางคนได้ทำการศึกษาไว้ที่น่าสนใจคือ แอนโทนี ดาวน์ (Antony Downs) การศึกษาของเขามีข้อสมมติฐานของแนวการวิเคราะห์การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง คือ ผู้ตัดสินใจการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นจะตัดสินใจโดยชอบด้วยเหตุผลทุกคน โดยได้เสนอนิยามสถานการณ์ความชอบด้วยเหตุผลไว้ 4 ประการดังนี้⁷⁰

1. ผู้ตัดสินใจสามารถตัดสินใจได้เสมอ เมื่อเผชิญกับทางเลือกต่าง ๆ ในการตัดสินใจ
2. มีการจัดทางเลือกต่าง ๆ ไว้ตามลำดับความสำคัญในทรรศนะของผู้ตัดสินใจ
3. การจัดลำดับนี้มีการสับเปลี่ยนได้
4. ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางที่จัดลำดับไว้สูงสุดเสมอ
5. ในสถานการณ์เหมือนกัน การตัดสินใจจะเหมือนกันเสมอไป

ในแง่การตัดสินใจโดยชอบด้วยเหตุผลของดาวน์ (Downs) เป็นการยึดความคิดว่าด้วยความชอบด้วยเหตุผลของมนุษย์เศรษฐกิจ (economic man) มาใช้ศึกษาการตัดสินใจทางการเมือง

อาจกล่าวได้ว่าความชอบด้วยเหตุผลเป็นเรื่องราวของกระบวนการปฏิบัติ คือผู้ตัดสินใจเลือกทางที่เหมาะสมที่สุดตามลักษณะค่านิยม หรือเป้าหมายของเขา โดยเลือกจากทางเลือกที่จัดลำดับไว้สูงสุด ส่วนผลที่เกิดขึ้นจะเป็นอย่างไร หรือจะบรรลุเป้าหมายตามที่ผู้ตัดสินใจมุ่งหวังหรือไม่นั้นมิใช่เรื่องสำคัญ บางครั้งการวางแผนตัดสินใจที่ชอบด้วยเหตุผลที่สุด อาจนำไปสู่ผลเสียหรือนำไปสู่เป้า

⁷⁰Anthony Downs, An economic theory of democracy (New York : Harper & Row, 1957), p. 6.

หมายอื่น ซึ่งต้อยกว่าผู้ที่ตัดสินใจต้องการก็ได้ อย่างไรก็ตามก็ตีการพิจารณาความชอบด้วยเหตุผลในการตัดสินใจจะจำกัดวงอยู่เฉพาะช่วงที่มีการเลือกตัดสินใจเท่านั้น มิได้ครอบคลุมไปถึงผลของการตัดสินใจด้วย การพิจารณาว่าผู้ตัดสินใจได้ตัดสินใจโดยชอบด้วยเหตุผลหรือไม่นั้น ขึ้นกับว่าเขาได้เลือกหนทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายหรือตัดสินใจด้วยค่านิยมของเขา โดยเลือกทางเลือกที่จัดลำดับไว้สูงสุดหรือไม่ ส่วนเมื่อตัดสินใจไปแล้วผลที่ออกมาจะเป็นอย่างไร มิใช่ตัวกำหนดความชอบด้วยเหตุผลในการตัดสินใจ แม้จะไม่พิจารณาผลของการตัดสินใจ แต่ในการศึกษาการตัดสินใจนั้นผู้ศึกษาจำเป็นต้องสนใจเป้าหมายของผู้ตัดสินใจด้วย ในกรณีการตัดสินใจลงคะแนนเสียง ต้องสนใจเป้าหมายทางการเมืองซึ่งดาวน์ (Downs) ก็ได้กำหนดขอบเขตเอาไว้ชัดเจนแจ่มพอควร ดังจะกล่าวต่อไปนี้

"หน้าที่ทางการเมืองของการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตย (ซึ่งเป็นกรอบสถานการณ์ในการศึกษานี้) ก็คือรัฐบาล ดังนั้นพฤติกรรมที่ชอบด้วยเหตุผลในส่วนที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งก็คือ พฤติกรรมที่มุ่งไปสู่การเลือกรัฐบาล ตัวอย่างเช่น สมมติว่าชายคนหนึ่งสนับสนุนพรรค ก. เพราะสอดคล้องกับอุดมการณ์ทางการเมืองของตน และต้องการลงคะแนนเลือกสมาชิกพรรคนี้ แต่ภรรยาของเขาบอกว่าต้องไปเลือกพรรค ข. ถ้าไม่เลือกจะขอย้าย สถานการณ์เช่นนี้ การที่ชายคนนี้ลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครพรรค ข. ก็นับว่าเขาตัดสินใจโดยชอบด้วยเหตุผลในแง่ส่วนตัว โดยถือว่าเขายังรักภรรยาและยังไม่เลิกกับภรรยาและในแง่ค่านิยมแล้ว ภรรยามีค่ามากกว่าพรรค แต่ลักษณะการลงคะแนนเช่นนี้ในวงรอบการศึกษาของ ดาวน์ (Downs) เห็นว่าไม่ชอบด้วยเหตุผล เพราะผู้ตัดสินใจสับสนระหว่างเป้าหมายทางการเมืองกับเป้าหมายที่ไม่ใช่การเมือง คือใช้กลไกทางการเมือง (ลงคะแนนเสียง) ไปสู่เป้าหมายที่ไม่ใช่การเมือง (รักษาภรรยาไว้) วงกรอบของ ดาวน์ (Downs) เน้นเฉพาะเป้าหมายทางการเมืองเท่านั้น..."⁷¹

⁷¹Ibid., p. 7.

จากที่กล่าวมาข้างต้นพอจะเห็นได้ว่า เป้าหมายในการตัดสินใจของแต่ละคนในการลงคะแนนคือเป้าหมายทางการเมือง อันนี้จึงไม่พิจารณาถึงเจตนาที่ซับซ้อนอื่น ๆ ของผู้ตัดสินใจ ไม่สนใจอารมณ์หรือค่านิยมส่วนตัวที่มีเป้าหมายทางการเมือง ผู้ตัดสินใจที่ศึกษากรณีนี้ มีลักษณะคล้ายกับมนุษย์ เศรษฐกิจคือเป็นมนุษย์การเมือง (political man) ซึ่งเป็นมนุษย์ปกติธรรมดาผู้หนึ่งในกระบวนการลงคะแนนเสียง และเป็น "พลเมืองที่มีเหตุผล" ในระบอบประชาธิปไตย

สรุปได้ว่า การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่ง ตามแนวความคิดของดาวน์ (Downs) คือลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแต่ละคน จะปฏิบัติอย่างสมเหตุสมผล โดยจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครที่สังกัดพรรคการเมืองที่มีนโยบายสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของตนเองมากที่สุด การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองใด ก็โดยคาดหวังว่าตนจะได้ประโยชน์หากพรรคการเมืองนั้นได้เป็นรัฐบาล การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในลักษณะดังกล่าว เรียกว่า "rational voter model" คือ แบบของการลงคะแนนเสียงเพื่อผลประโยชน์ของผู้ลงคะแนนเสียงเอง นั่นคือ "ผู้ลงคะแนนเสียงจะตัดสินใจว่าจะไปลงคะแนนเสียงหรือไม่ และลงให้ใครตามเหตุผลของตน ทั้งนี้โดยพิจารณาว่าพฤติกรรมใดจะก่อผลประโยชน์ให้เขามากกว่ากัน ซึ่งตามปกติแล้วเขาจะลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครสังกัดพรรคการเมืองที่มีนโยบายใกล้เคียงกับเขามากที่สุด"⁷²

⁷²Richard G. Niemi and Herbert F. Weisberg, Controversies in voting behavior (Washington, D.C. : Congressional Quarterly, Inc., 1984), pp. 11-13.

ฟิออรีนา (Fiorina) เสนอแนวคิดด้านเรื่องตัวแบบการเลือกที่เหตุผล ว่าเป็นว่า ผู้ลงคะแนนเสียงจะลงคะแนนเสียงโดยพิจารณาจากการปฏิบัติงานของ รัฐบาล แนวความคิดนี้สืบเนื่องมาจาก คีย์ (V.O. Key, *The Responsible Electorate*, 1966) ที่มองผู้ลงคะแนนเสียงเป็นเหมือนผู้ประเมินราคา (appraiser) ที่ราคาผลงานปัจจุบัน ผลงานในอดีตตลอดจนบทบาทที่เคยปฏิบัติ มา ซึ่งเป็นกรทำให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจโดยคุณผลที่ผ่านมา (retrospective judgement) ซึ่งฟิออรีนาถือว่าตรงนี้คือ เหตุผลที่สำคัญ⁷³ (สนใจรายละเอียดโปรดดู M. Fiorina, *Retrospective Voting in American National Elections* New, Haven : Yale University Press, 1981)

ฮิมเมลเวล (Himmelweil) และคณะ ศึกษาการลงคะแนนเสียงใน หนังสือ *How Voters Decide* (1985) พบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงมีนิสัยเหมือนผู้ ซื้อสินค้าที่รอบคอบ (informed consumer) โดยมองหาพรรคการเมืองที่หยิบ ยื่นผลประโยชน์ที่ดีที่สุดแก่ตน ขณะเดียวกันสิ่งนั้นก็เป็นที่ต้องการของตนด้วย นอก จากนี้พวกเขายังเปรียบผู้ลงคะแนนเสียงเป็นเสมือนผู้ซื้อสินค้า (voter as consumer) ที่รู้ว่าควรซื้อสินค้าอะไร และราคาควรจะเป็นเท่าใด⁷⁴

กล่าวโดยสรุปเมื่อพิจารณาทางด้านการซื้อเสียง การได้เงินมาก็ดีหรือ ผลประโยชน์อื่น ๆ ที่คาดว่าจะได้ตามมาก็ดี ล้วนแล้วแต่เป็นเหตุผลในการลง คะแนนเสียงเลือกตั้งได้ทั้งสิ้น หากผู้ลงคะแนนเสียงอ้างว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นเงื่อนไข หรือเหตุผลที่ดีในการลงคะแนนเสียงให้ใคร สำหรับงานวิจัยนี้ ได้กำหนดการ

⁷³Harrop and Miller, *Elections and voters : A comparative introduction*, pp. 149-150.

⁷⁴Ibid., pp. 151-152.

วัด (measurement) เงื่อนไขการลงคะแนนเสียง กรณีที่ไปลงคะแนนเสียงตาม ผลประโยชน์ที่ตนคาดว่าจะได้รับ โดยดัชนี (indicator) ที่จะใช้วัดดังกล่าว แยกออกเป็น 4 เงื่อนไข คือ

1. การไปลงคะแนนเสียงโดยการรับเป็นตัวแทนเงินสด
2. การไปลงคะแนนเสียงโดยการรับเป็นสิ่งของ เช่น ข้าวสาร

สุรา ฯลฯ

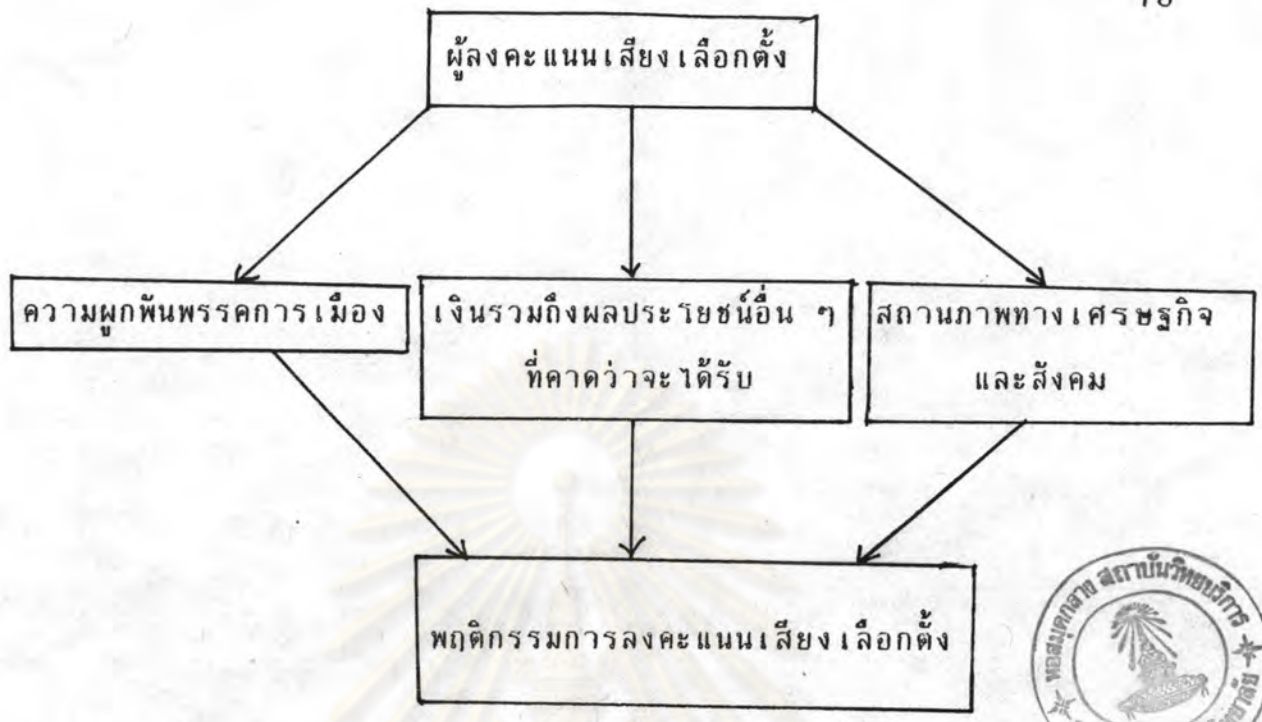
3. การไปลงคะแนนเสียงโดยคาดว่าจะได้รับตัวผลประโยชน์ตามมา เช่น โครงการต่าง ๆ อาทิ ถนน, สะพาน, โบสถ์ ศาลาที่พักริมทาง และ ฯลฯ

4. การไปลงคะแนนเสียงตามลักษณะของการซื้อใจกัน อันประกอบไปด้วยลักษณะของการทดแทนบุญคุณ ความเกรงใจ อิทธิพล และบารมี ที่ผู้สมัครมีต่อผู้ลงคะแนนเสียง นอกจากนี้ยังหมายความรวมถึง ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อตัวผู้ลงคะแนนเสียงเอง เช่น เกียรติยศ อำนาจ และความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ฯลฯ หากผู้สมัครที่ตนเลือกได้รับตำแหน่งทางการเมือง

สรุป

จากแนวความคิดที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นตัวแบบที่จะนำมาใช้ วิเคราะห์ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเงินรวมถึงผลประโยชน์อื่น ๆ ที่พึงจะได้กับ พฤติกรรมการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งสามารถแสดงออกมาเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รูปที่ 2.5 แสดงตัวแบบการวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ลงคะแนนเสียง

หากอธิบายแผนภาพดังกล่าวในกรอบการเลือกตั้งของไทย ในพื้นที่ที่มีปรากฏการณ์การใช้เงินซื้อเสียงเลือกตั้งที่สูง ผู้วิจัยมีข้อสมมติอยู่ว่า ผู้ลงคะแนนเสียงนั้นจะมีระดับของความผูกพันพรรคการเมืองที่แตกต่างกันออกไป ตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตน และสถานภาพทางเศรษฐกิจดังกล่าวก็มีอิทธิพลต่อผู้ลงคะแนนเสียงในภาวะที่ต่างกันเมื่อระยะเวลาก่อนหน้าการลงคะแนนเสียงปรากฏการณ์การหยิบยื่นเงินและผลประโยชน์ต่าง ๆ เข้ามาในกระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียง ผู้ลงคะแนนเสียงจะใช้เหตุผลใดในการลงคะแนนเสียงของตน การเฝ้าหน้าหน้าไปในทิศทางใดในตัวแปร 3 ประการ ดังกล่าว เป็นสิ่งที่น่าศึกษายิ่ง นอกจากนี้ผู้วิจัยจะนำปัจจัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมาทดสอบหาความสัมพันธ์ในการลงคะแนนของอีกสองตัวแปร ว่าพฤติกรรมของบุคคลกลุ่มใดหรือชนชั้นใดถูกกำหนดด้วยอิทธิพลของเงิน หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ ทั่วไปหรือไม่ จึงเป็นเช่นนั้น อิทธิพลของความผูกพันพรรคการเมืองจะมีผลต่อกลุ่มคนใดบ้าง เป็นต้น